



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

**Proyecto de grado previo a la obtención del Título de
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN: PERIODISMO**

**TITULO DEL PROYECTO:
Manejo de la Infografía Periodística en los Medios de prensa
escrita dela ciudad de Milagro**

**TUTORA:
Arq. Patricia Gavilanes Yanes**

**Autoras:
Gonzales Sánchez Mariuxi Noemí
Montoya Morán Katherine Jomara**

**MILAGRO, DICIEMBRE DEL 2010
ECUADOR**

ACEPTACIÓN DELA TUTORA

Por la presente hago constar que he analizado el Proyecto de Grado “Manejo de la Infografía Periodística en los Medios de prensa escrita de la ciudad de Milagro” presentado por las Srtas. **Mariuxi Noemí Gonzáles Sánchez y Katherine Jomara Montoya Morán**, para optar al Título de Licenciadas en Comunicación Social, Mención Periodismo y que acepto tuturar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 14 de Julio del 2010

Arq. Patricia Gavilanes Yanes

Tutora

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto, parte del presente documento o en su totalidad no ah sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro título o grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 4 de Mayo del 2011

Mariuxi Gonzáles Sánchez

CI: 120415303-3

Katherine Montoya Morán

CI: 092585537-1

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mención Periodismo, otorga al presente Proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este Proyecto en primer lugar a Dios Todopoderoso, por bendecir cada día de mi vida y rodearme de personas integrales en mi desarrollo personal, como lo son: mi familia y amigos. Además de darme fortaleza, inteligencia y sabiduría para así poder esforzarme día a día, y conseguir mi más anhelado sueño como es el: Título de Licenciada en Comunicación Social, Mención Periodismo.

También dedico este trabajo con mucho amor, cariño y respeto a mi familia, principalmente a mi Papá Juan Francisco Gonzáles y a mi Mamá Norma Sánchez, porque estuvieron conmigo en todos los semestres de estudios, pero sobre todo por su invaluable apoyo cuando lo necesitaba.

A mi Hermano Francisco Gonzáles, a mi Hermana Política Mayra Chávez y a mi Sobrinita Samantha Gonzáles Chávez, por apoyarme desinteresadamente en el transcurso de mi vida universitaria.

A mi Amiga Katherine Montoya, compañera de tesis, por la confianza depositada en mí, por su paciencia y complicidad.

Finalmente dedico este trabajo a una persona muy especial en mi vida, a Edwin Ricardo Serrano Veloz, porque siempre me apoyó, estuvo pendiente de mí y por darme la oportunidad de formar parte de su vida.

Mariuxi Noemí Gonzáles Sánchez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres: Reneé Morán y José Montoya, también a mis hermanos: Nora, Henry e Iván por brindarme su apoyo incondicional, sin el cual no hubiese logrado tan anhelada meta.

De la misma manera a mi amiga y compañera de proyecto: Mariuxi Gonzáles quien con su esmero y ánimo infatigable hemos recorrido el sendero del conocimiento, escalando un peldaño más en nuestra carrera profesional.

Katherine Jomara Montoya Morán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Jesucristo, hijo único de Dios, nuestra única fortaleza y auxilio en tiempos difíciles.

Al Msc. Javier Paguay Balladares, por su invaluable aporte, preocupación en la elaboración de este Proyecto.

Además deseo agradecer de todo corazón a nuestra Tutora a la Arq. Patricia Gavilanes Yanes, por su asesoramiento, apoyo y ayuda necesaria en la realización del proyecto.

Mi mayor agradecimiento a la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) por ser una institución que se caracteriza por formarnos como excelentes profesionales y por habernos brindado sus conocimientos y sobretodo su valiosa amistad.

Mariuxi Noemí Gonzáles Sánchez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por ser guiador y dadivoso en la entrega del conocimiento del conocimiento, quien ha sido la luz que irradia nuestro intelecto.

Asimismo retribuyo de manera especial a nuestra Tutora de Proyecto, Arq. Patricia Gavilanes por dedicarnos su valioso tiempo y sapiencia al dirigirnos tan acertadamente en la elaboración de esta tesis.

Igualmente agradezco a todos mis maestros que a lo largo de estos años supieron inculcarme el amor al estudio y a la profesión de ser Comunicadora Social.

Del mismo modo mi más sincero agradecimiento a la Institución que me formo profesionalmente, la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) por ser una entidad con visión de progreso encaminada al desarrollo integral de la sociedad.

Katherine Jomara Montoya Morán

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala Murillo

Rector de la Universidad Estatal de Milagro.

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **Manejo de la Infografía Periodística en los medios de prensa escrita de la ciudad de Milagro** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

Milagro, 4 de Mayo del 2011

Mariuxi Gonzáles Sánchez

CI: 120415303-3

Katherine Montoya Morán

CI: 092585537-1

ÌNDICE GENERAL

A. PÁGINAS PRELIMINARES

Carátula	i
Aceptación de la Tutora	ii
Declaración de Autoría de la investigación.....	iii
Certificado de la Defensa	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vii
Cesión de Derechos del Autor.....	ix
Ìndice General.....	x
Resumen	xxiii
Abstract	xxv

B. TEXTO

	1
--	---

INTRODUCCIÓN

	1
--	---

CAPÍTULO I

	3
--	---

EL PROBLEMA I

	3
--	---

1.1 Planteamiento del Problema.

	3
--	---

1.1.1 Problematización.....

	3
--	---

1.1.2 Delimitación del Problema

	5
--	---

1.1.3 Formulación del Problema.....

	5
--	---

1.1.4 Sistematización del Problema

	5
--	---

1.1.5 Determinación del Tema

	6
--	---

1.2 Objetivos.....

	6
--	---

1.2.1. Objetivo General

	6
--	---

1.2.2. Objetivos Específicos

	6
--	---

1.3 Justificación

	7
--	---

1.3.1. Justificación de la Investigación

	7
--	---

CAPÍTULO II	10
MARCO REFERENCIAL	10
2.1 Marco teórico.....	10
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	10
2.1.2. Antecedentes Referenciales.....	11
2.2 Marco conceptual.....	70
2.3 Hipótesis y Variables.....	71
2.3.1 Hipótesis General.....	71
2.3.2 Hipótesis Particulares.....	71
2.3.3 Declaración de Variables.....	72
2.3.4 Operacionalización de Variables.....	72
CAPÍTULO III	74
MARCO METODOLÓGICO	74
3.1 Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	75
3.2 La Población y la Muestra.....	75
3.2.1 Características de la.....	75
3.2.2 Delimitación de la Población.....	76
3.2.3 Tipo de Muestra.....	76
3.2.4 Tamaño de la Muestra.....	76
3.2.5 Proceso de selección.....	77
3.3 Los Métodos y las Técnicas.....	78
3.4 El tratamiento estadístico de la información.....	79
CAPÍTULO IV	80
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	80
4.1 Análisis de la situación actual.....	80
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	87
4.3 Resultados.....	87
4.4 Verificación de Hipótesis.....	94

CAPÍTULO V	96
PROPUESTA	96
5.1 Tema.....	96
5.2 Fundamentación	96
5.3 Justificación	97
5.4 Objetivos.....	97
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta.....	97
5.4.2 Objetivo Específico de la Propuesta.....	97
5.5 Ubicación.....	98
5.6 Factibilidad	98
5.7 Descripción de la propuesta.....	99
5.7.1 Actividades	99
5.7.2 Recursos y Análisis Financiero.....	99
5.7.3 Impacto	101
5.7.4 Cronograma	101
5.7.5 Lineamiento para evaluar la Propuesta.....	104
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	105
C. MATERIALES DE REFERENCIA	107
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA	107
ANEXOS	109
ANEXO 1 a) DISEÑO DEL PROYECTO	110
ANEXO 2 b) FORMATO DE LAS ENCUESTAS.....	165
ANEXO 3 c) FORMATO DE LAS ENTREVISTAS	176
ANEXO 4 d) AUTORIZACION PARA EJECUTAR LA PROPUESTA	198
ANEXO 5 e) OTROS DOCUMENTOS ADICIONALES	203

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Colaboradores del Semanario “La Crónica”, en el año 1957.....	23
Cuadro 2	
Colaboradores del Semanario “El Milagreño”, en el año 1969.....	25
Cuadro 3	
Colaboradores del Semanario “El Milagreño”, en el año 1979.....	28
Cuadro 4	
Colaboradores del Semanario “Prensa La Verdad”	29
Cuadro 5	
Colaboradores del Diario “El Nacional”	29
Cuadro 6	
Colaboradores del Semanario “El Ciudadino”, en el Año 2004	30
Cuadro 7	
Colaboradores del Semanario “Despertad Informativo”	30
Cuadro 8	
Colaboradores del Semanario “4to Poder”, en el Año 2007	31
Cuadro 9	
Colaboradores del Semanario “El Regional”	31
Cuadro 10	
Número de Periódicos milagreños Analizados.....	80
Cuadro 11.	
Porcentaje de Periódicos analizados	81

Cuadro 12.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 1	88
Cuadro 13.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 2	89
Cuadro 14.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 3	90
Cuadro 15.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 4	91
Cuadro 16.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 5	92
Cuadro 17.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 6	93
Cuadro 18.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 6	100
Cuadro 19.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 6	100
Cuadro 20.	
Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 6	201

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	
Diagrama	34
Figura 2	
Diagrama Lineal	34
Figura 3	
Diagrama Rectilíneo	35
Figura 4	
Diagrama Circular o de Tarta	35
Figura 5	
Diagrama Ortogonal (de Barras)	36
Figura 6	
Polar	36
Figura 7	
Tabla o Verbograma	37
Figura 8	
Organigramas.....	37
Figura 9	
Mapa de Situación	38
Figura 10	
Mapa de Detalle	39

Figura 11	
Mapa Meteorológico	39
Figura 12	
Cartograma	40
Figura 13	
Mapa Ilustración	40
Figura 14	
Ilustración - Retrato	41
Figura 15	
Ilustración – Chiste Gráfico	41
Figura 16	
Ilustración – Chiste Gráfico Editorial	42
Figura 17	
Ilustración – Caricatura	42
Figura 18	
Iconos	43
Figura 19	
Símbolos	43
Figura 20	
Pictogramas	44
Figura 21	
Logotipo	44

Figura 22	
Isotipo.....	45
Figura 23	
Isotipo.....	45
Figura 24	
Grafismo.....	45
Figura 25	
Banderas.....	46
Figura 26	
Banderas.....	46
Figura 27	
Escudos.....	46
Figura 28	
Escudos.....	46
Figura 29	
Sellos.....	47
Figura 30.....	47
Figura 31	
Flechas.....	47
Figura 32	
Tira Cómica o Historietas.....	48
Figura 33	
Cómic Informativo.....	48

Figura 34	
Infográficos de Vista.....	49
Figura 35	
Infográficos Plano.....	50
Figura 36	
Infográficos Corte.....	50
Figura 37	
Infográficos Corte Longitudinal.....	51
Figura 38	
Infográficos Corte Transversal.....	51
Figura 39	
Infográficos Corte Tridimensional.....	51
Figura 40	
Infográficos Perspectiva.....	52
Figura 41	
Infográficos Panorama.....	52
Figura 42	
Infográficos de Causa-Efecto.....	53
Figura 43	
Infográficos Retrospectivo.....	53

Figura 44	
Infográficos Anticipativo	54
Figura 45	
Infográficos Paso a paso.....	54
Figura 46	
Infográficos Flujo	55
Figura 47	
Infográficos Reportaje.....	55
Figura 48	
Infográficos Realista	56
Figura 49	
Infográficos Simulado	56
Figura 50	
Partes de Infografía	58
Figura 51	
Título	58
Figura 52	
Texto	59

Figura 53
Cuerpo59

Figura 54
Crédito.....60

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1

Análisis de Infografía en el Semanario “Prensa La Verdad”82

Gráfico 2

Análisis de Infografía en el Diario “El Nacional”82

Gráfico 3

Análisis de Infografía en el Semanario “El Regional”83

Gráfico 4

Análisis de Infografía en el Semanario “Despertad Informativo”83

Gráfico 5

¿Tiene conocimiento acerca del significado de Infografía?88

Gráfico 6

¿Conoce de un medio de comunicación impreso de la ciudad de Milagro, que utilice infografía?89

Gráfico 7

¿Al utilizar una infografía, interpretará mejor el contenido de la noticia?90

Gráfico 8

¿Es necesario que se utilice la Infografía para culturizar a los lectores?91

Gráfico 9

¿Considera que los medios impresos tienen un diseño que cautiva la atención del lector?92

Gráfico 10

¿Qué elementos llama más la atención de Ud. como lector?93

RESUMEN

En Ecuador, la utilización de la herramienta Infográfica, ha avanzado rápidamente en los medios de comunicación impresos, teniendo gran aceptación en los lectores, ya que su combinación de imágenes sintéticas y textos procuran comunicar información de manera visual facilitando a su vez la transmisión del mensaje de manera secuencial.

Estas características de la infografía de combinar recursos iconográficos, imágenes, con fragmentos textuales se constituye en una herramienta que con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación, gestadas dentro de nuestra cultura eminentemente visual e impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet, hace que la prensa escrita se vea en la necesidad de utilizar herramientas que impulsen la lectura de la información, debido a la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público que va perdiendo el hábito de la lectura.

La infografía, debido a su carácter informacional y didáctico, acerca al lector con mayor sencillez a la información, por medio de imágenes que se fusionan al texto.

La utilización de la infografía en los medios impresos periodísticos, de la ciudad de Milagro es escasa hecho que origina una serie de consecuencias, como:

- Los medios impresos periodísticos dejan de utilizar una herramienta tremendamente útil para presentar la información que es complicada de entender a través del puro texto y pierden la oportunidad de enganchar al lector mediante los recursos visuales que posee esta herramienta.
- Los lectores pierden el uso didáctico y educativo que puede generar la infografía.

- Los medios impresos periodísticos pierden la ocasión de otorgar mayor variedad y agilidad a la diagramación y consecuentemente al diseño del periódico, manteniendo un diseño que no va a la par con los cambios que se han dado, respecto al uso de este género del periodismo iconográfico, en el Ecuador y el mundo.

La infografía como un género visual, que ha revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial, es consecuente con la forma de ser del ciudadano de hoy, sabemos a ciencia cierta que hoy en día las personas leen los gráficos o imágenes primero y en la mayoría de los casos, es la única cosa que leen.

El poder que tiene la infografía de captar la atención del lector es real y es por eso que la utilización de esta herramienta se hace imprescindible en los medios impresos de nuestra ciudad, hecho que ayudará a enganchar al lector hacia el hábito de la lectura, que se está perdiendo de manera creciente.

También cambiaría lo que es el diseño del medio impreso, ya que la utilización de la infografía establecería la diferencia entre uno y otro medio, haciendo la publicación más visual, clara, directa y fácil de entender, a su vez, se pondría en ejecución las habilidades del diseñador gráfico en conjunto con las habilidades periodísticas del reportero, contribuyendo al trabajo interdisciplinar.

Los lectores o público en general tendría acceso a una herramienta didáctica y educativa que promovería el acceso a la educación y conocimiento de cualquier tipo de información, por más compleja que sea.

Palabras clave: Infografía, medios impresos periodísticos, lector.

ABSTRACT

In Ecuador, the use of Infográfica tool has advanced rapidly in the print media, having great success with readers, as its combination with synthetic images and texts attempt to convey information visually in turn facilitating the transmission of the message sequentially.

These characteristics of computer graphics to combine resources iconographic images with textual fragments constitutes a tool with the rise of information technologies and communication, developing within our predominantly visual culture and driven by the expansion and consolidation of the medium TV and more recently the Internet, makes the press look at the need for tools that encourage reading the information, due to the presence of a society awash with images and with a public that is losing the habit of reading .

Computer graphics, due to their informational and educational, brings the reader more simply to information, through images that are combined with the text.

The use of computer graphics in print journalism, City Milagro is little act giving rise to a number of consequences:

- The print newspaper stop using extremely useful tool for presenting information that is hard to understand through pure text and lose the opportunity to engage the reader through the visual resources that have this tool.
- Lose readers used in schools and education that can generate the graphics.
- The print newspaper lost the opportunity to provide greater variety and flexibility to the layout and design of the newspaper consistently, maintaining a design that goes along with the changes that have occurred over the use of this kind of journalism iconographic in Ecuador and the world.

Computer graphics as a visual genre that has revolutionized the design, especially the journalistic and editorial, is consistent with the lifestyle of the citizens of today, we know for a fact that today people read graphs or pictures first and the most cases, is the only thing they read.

The power of graphics to capture the reader's attention is real and that is why the use of this tool is essential in the print media of our city, a fact that will help engage the reader into the habit of reading, is increasingly being lost.

Also change what is in print design, since the use of computer graphics establishes the difference between two means, making the publication more visually clear, direct and easy to understand, in turn, would be implemented the graphic design skills together with the reporter's journalistic skills, contributing to interdisciplinary work. Readers or the general public would have access to teaching and educational tool that would promote access to education and knowledge of any information, which is more complex.

Keywords: Computer graphics, print journalism, reader.

B. TEXTO:

INTRODUCCIÓN

Mediante este proyecto de investigación de Pre grado “*Manejo de la Infografía periodística en los medios de prensa escrita de la ciudad de Milagro*” queremos hacer notorio, un problema, que a nivel de publicación, en los medios impresos periodísticos locales, se presenta, conscientes que la revolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, exigen ir a la par con las formas actualizadas, que tienen los medios periodísticos nacionales e internacionales, de presentar la información.

Hemos querido hacer evidente la participación de quienes están involucrados con la temática, consultando a expertos, personajes del medio comunicacional, al público lector que se siente afectado por el problema, a quienes dirigen o administran los medios periodísticos en estudio, siempre haciendo hincapié en los beneficios que obtendrían los medios y por consecuencia, el servicio que ofrecerían al lector al momento de implementar la herramienta infográfica.

En el Capítulo I se plantea el problema de estudio, manejo de la herramienta Infográfica, en los medios de prensa escrita de la ciudad de Milagro, (Semanao Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertad Informativo) en principio delimitando el problema, luego formulándolo y sistematizándolo, lo que nos lleva a imponernos un objetivo general y otros específicos que servirán de meta a cumplir durante el desarrollo de la investigación.

En el Capítulo II, se da a conocer el Marco Referencial: Marco teórico, legal y conceptual que nos provee de la sustentación científica para proponer hipótesis que nos permitirán comprobar o no la afirmación expresada en la misma, fundamentalmente hemos querido presentar cómo las nuevas tecnologías han transformado nuestra sociedad, los modos de vivir y pensar y los aspectos que

inducen a los medios de comunicación a repensar y elaborar las formas de presentar la información, no sin antes detenernos en los antecedentes históricos de la temática estudiada.

El Capítulo III y el desarrollo de un Marco Metodológico nos conduce a determinar el Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general acorde al estudio investigativo, y por ende enunciar la población y muestra susceptible a tomar en consideración, los métodos, técnicas y herramientas que nos van a servir para procesar estadísticamente la información obtenida.

En el Capítulo IV, en el Análisis e interpretación de los resultados, conlleva a realizar un razonamiento de la situación actual con respecto a cómo están manejando, los medios de prensa escrita en estudio, la infografía periodística en sus emisiones, comparando, determinando su evolución, tendencias y perspectivas, que se ponen en evidencia durante el análisis, todo esto produce resultados que comprueban o no la hipótesis que hemos formulado.

En el Capítulo V hemos elaborado nuestra propuesta que quiere *coadyuvar* a la solución, siendo realistas, no solucionar el problema sino concienciar a quienes dirigen los medios en estudio a que utilicen la herramienta, a través de la evidencia de un Manual Informativo que tiene como finalidad dar a conocer lo que constituye la herramienta infográfica, como género visual del periodismo iconográfico y sobre todo las bondades que ofrece, sus aspectos didáctico, informativo y educacional.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En Ecuador, la utilización de la herramienta Infográfica, ha avanzado rápidamente en los medios de comunicación impresos, teniendo gran aceptación en los lectores, ya que su combinación de imágenes sintéticas y textos procuran comunicar información de manera visual facilitando a su vez la transmisión del mensaje de manera secuencial.

Estas características de la infografía de combinar recursos iconográficos, imágenes, con fragmentos textuales se constituye en una herramienta que con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación, gestadas dentro de nuestra cultura eminentemente visual e impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet, hace que la prensa escrita se vea en la necesidad de utilizar herramientas que impulsen la lectura de la información, debido a la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público que va perdiendo el hábito de la lectura. La infografía, debido a su carácter informacional y didáctico, acerca al lector con mayor sencillez a la información, por medio de imágenes que se fusionan al texto.

La utilización de la infografía en los medios impresos, periódicos, de la ciudad de Milagro es escasa o nula, esto ha hecho que se origine una serie de consecuencias, como:

- *Los periódicos locales, no potencian el acceso a la información textual compleja, que el público tiene derecho acceder, pudiéndola hacer más clara y entendible por medio del uso de la infografía, como un género visual, que ha revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial.*
- *No usar la infografía es no ser consecuente con la forma de ser del ciudadano de hoy, sabemos, a ciencia cierta, que hoy en día las personas leen los gráficos o imágenes primero y en la mayoría de los casos, es la única cosa que leen, debiendo el medio impreso adaptarse a los requerimientos de los nuevos lectores.*
- *De hecho, no se potencia el hábito hacia la lectura, que se está perdiendo de manera creciente, dejando de utilizar una herramienta que tiene el efecto de servir de elemento de enganche del lector hacia la lectura debido a sus características específicamente icónicas.*
- *La no utilización de la infografía establece la diferencia entre uno y otro medio impreso periodístico, el que se produce en Milagro y en otras ciudades del país, en lo que respecta al diseño del medio impreso, con un estilo gráfico visual monótono, a su vez, no se pone en ejecución las habilidades del diseñador gráfico en conjunto con las habilidades periodísticas del reportero, contribuyendo al trabajo interdisciplinario una puesta en práctica de un diseño del periódico estéticamente atractivo y a tono con los cambios de época.*
- *No usar la infografía hace que se pierda: el uso de una herramienta didáctica y educativa que promovería el acceso a la educación y conocimiento de cualquier tipo de información, por más compleja que sea.*

1.1.2 Delimitación del problema

Área: Tecnología de la Información y la comunicación.

Espacio: Ciudad de Milagro.

Sector: Comunicación social.

Tiempo: Este proyecto se desarrollará durante los meses de Julio a Diciembre del 2010.

1.1.3 Formulación del problema

¿El escaso uso de la infografía periodística en los medios de prensa escrita de la ciudad de Milagro de qué manera incide en el público lector y en los medios impresos?

1.1.4 Sistematización del problema

Al realizar la sistematización del problema general, citado en líneas anteriores, nos encontramos ante las siguientes interrogantes:

¿De qué manera se ve afectado el acceso a información compleja y la oportunidad, que tienen los medios impresos periodísticos de la localidad, de enganchar a los lectores mediante los recursos visuales que posee la infografía?

¿Cuál es el uso didáctico y educativo de la infografía que pierde el público lector al no contar los medios impresos en estudio con esta herramienta en sus ediciones?

¿En qué medida se ve mermada la imagen, que debería ser vanguardista, del medio impreso, al no utilizar la infografía en sus impresiones?

1.1.5 Determinación del tema

Manejo de la infografía periodística en los medios de prensa escrita de la ciudad de Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar de qué manera incide el escaso uso de la infografía en el público lector y en los medios impresos periodísticos (Semanao Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertad Informativo) de la ciudad de Milagro; Julio a Diciembre del 2010.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis visual y descriptivo para constatar el uso o no de la infografía en los periódicos locales: Semanario Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertad Informativo.
- Determinar si el público lector, considera como herramienta indispensable, la utilización, en la edición de un periódico, de la infografía.
- Determinar los factores que inciden para que los directivos o propietarios de los medios impresos antes citados no promuevan el uso de la infografía en las ediciones de sus periódicos.
- Elaborar un Manual Informativo, que será proporcionado a los directivos o propietarios de los medios impresos, dando a conocer las ventajas de utilizar la infografía periodística.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Sabemos que el periodismo, desde hace siglos, ha desarrollado una inquietud por explicar la información de forma visual, pero las limitaciones técnicas y tecnológicas impedían este tipo de prácticas, que únicamente recogían planos y mapas, pero el cambio de era que vivimos nos pone de frente a nuevos avances en lo que a comunicación respecta y los periódicos deben ser consecuentes con ello.

La revolución de las tecnologías de la información y comunicación, Tic's, en el siglo XX, hace que la prensa pierda la exclusividad de la información y quienes acostumbraban leer disponían de menos tiempo para leer los diarios. En la década de los ochenta el auge de la infografía, como género visual del periodismo iconográfico, a escala mundial y, específicamente, en países como Estados Unidos y España, se ha convertido en el "boom" del periodismo, ya que no sólo se grafica en las páginas de muchos periódicos pertenecientes a estos países, también se ha incursionado con infografía en la web. En periódicos digitales como El mundo.es, Le Monde, en EE. UU el New York Times y otros, publican a diario una infografía llena de movimientos, sonidos y hasta de interactividad con el usuario y si nos referimos a nuestro país medios impresos de Guayaquil o Quito, como El Comercio y El Universo la utilizan de manera asidua, en sus ediciones impresas.

Es un hecho que la infografía es un género naciente de nuestra cultura visual y de la revolución de las tecnologías de la información y comunicación, que ha ganado terreno en los periódicos contemporáneos del mundo y debido al fenómeno de la globalización está presente en nuestras vidas, como lectores de los periódicos nacionales que circulan en nuestro medio, de allí que se hace evidente constatar la diferencia existente en las ediciones de los periódicos locales y los nacionales e internacionales en cuanto a diseño, contenidos o temática, imagen, etc.

La Infografía, no en vano, se trata de un género periodístico de carácter paralingüístico, es decir, posee dos vertientes: una parte lingüística, y otra visual, que acompaña a la explicación en el texto, respondiendo, además, a las W'Laswell, que

presenta ¿Quiéndice qué, por cuál canal,a quién,con qué efecto? Y la infografía lo complementa con el ¿cómo?,al tiempo que se caracteriza por un mensaje informativo, más claro, más concreto y más eficaz.

¹Desde 1991 *The Poynter Institute*, uno de los centros de formación de periodistas más importantes de Estados Unidos realiza un estudio denominado “*Eyetrack*” que analiza y registra la forma en que los lectores ven y navegan por las páginas de periódico, identificando los puntos de entrada a la página y los elementos que le llaman la atención y que les motiva a leer el texto de la información. Los resultados son muy favorables para la infografía, siendo estas algunas de las conclusiones:

- La infografía es el género que por más tiempo atrapa a un lector en la página.
- 77% ingresan visualmente a la página por la infografía, 61% por la fotografía y 36% por el titular.
- 87% de los lectores que ven una infografía leen el texto, en el caso del titular es 41%.

Los lectores huyen de los diarios porque no se cuentan las historias que demandan, pero también huyen porque no se las cuenta como las demandan. El problema no es solo el qué, como se ha venido haciendo, sino también el “Cómo”.

Las nuevas generaciones de esta época postmodernano cuentan las historias como las contaban antes y, lo que es más importante, no leen (ni ven, ni oyen) como sus abuelos o padres. Creemos que la apreciación de Ernesto Olivares, periodista visual y consultor en visualización de datos e información, experto en infografía periodística de periódicos y revistas de España y Latinoamérica, es realista, y todo esto es producto de la cultura visual en la que estamos inmersosy utilizar esta herramienta ayuda a que, de un solo vistazo el lector pueda contextualizar la información, observar la ubicación de personajes, lugares o cosas, el aspecto geográfico y expresar la relación de los actores de la información.

¹OLIVARES, Ernesto. Porqué la infografía atrapa al lector. Extraído el 5 de Octubre del 2010de, <http://www.ernestoolivares.com/es/infografia.html>.

Hoy en día con la revolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Tics) es menester que los periódicos de nuestra ciudad accedan a utilizar en sus ediciones esta herramienta que los pondrá a la par de otros medios impresos del país y el mundo, a su vez cambiar en lo que respecta la imagen visual del periódico y con ello satisfacer los requerimientos del público lector, para ello elaboraremos un “Manual acerca de las ventajas de utilizar la infografía en los medios impresos” esto es en los periódicos” en donde se detallarán las características que la hacen susceptible de usar.

Además es sumamente positivo, para nosotras, como aporte a nuestro conocimiento y para la práctica profesional, conocer más a fondo acerca de esta herramienta del periodismo iconográfico.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

En la sociedad del conocimiento en que vivimos la revolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han transformado nuestra sociedad, su cultura, su modo de vivir, pensar y actuar. Cambios que han influido en las formas de presentar la información en los diferentes medios de comunicación; estas transformaciones dadas durante este cambio de época, a partir de los años ochenta, donde las Tic's generan un fuerte impacto en la prensa gráfica, permite la incorporación de la informatización y por ende, el empleo de nuevos recursos visuales. La cultura visual, donde la presencia de la imagen es inminente, hace que los medios gráficos generen nuevas herramientas periodísticas, que tienen la finalidad de atraer a un público lector -caracterizado por un estilo de lectura veloz y fragmentada- a través de la implementación de infografías.

De esta manera, la infografía como una herramienta, de acuerdo a la definición de José Luis Valero Sancho, se constituye en “aportación informativa, elaborada en el periódico escrito, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo”, además produce nuevos parámetros de producción que permite optimizar y agilizar los procesos de comprensión basándose en una menor cantidad y una mayor precisión de la información, anclada en la imagen y el texto, interviniendo en ella descripciones, narraciones o interpretaciones.

Surge, también, como una herramienta que permite dar algunas respuestas ante la celeridad en los procesos de producción y circulación de información, junto a los permanentes avances científicos y tecnológicos. En la educación imponen verdaderos desafíos, en términos de brindar las herramientas necesarias, constituyéndose en un soporte para que los estudiantes potencien y desarrollen habilidades y competencias necesarias para seleccionar información, resolver problemas, tomar decisiones, etc.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Es necesario ampliar el conocimiento, establecer relaciones, contrastar y deducir teorías, conceptos o ideas que tienen que ver con la elaboración de la presente investigación, para ello comenzaremos por describir, a modo de síntesis, la historia del periodismo en nuestro país y cantón, ésta última resultado de la investigación de las autoras y seguir elaborando de manera coherente y sistemática el marco teórico. Producto de la investigación bibliográfica hemos determinado que no hay estudios específicos a nivel de tesis, sobre el manejo de la infografía en los medios impresos periodísticos, en la web sí a nivel de ensayos investigativos y hay libros de autores reconocidos como Gonzalo Peltzer, Lorenzo Vilchez, Valero Sancho, entre otros y un sinnúmero de compendios de varios autores, también en la web.

EL PERIODISMO

El Periodismo es la institución a través de la cual el hombre se halla plenamente informado de los hechos que acaecen en su medio local o nacional y en los demás sectores del mundo, así como está informado de las opiniones vertidas por hombres de negocios, profesionales, científicos, actores de la vida cotidiana, etc.

Hoy en día el periodismo trata de servir e informar a todos en la forma más amplia y veraz, compite por el dominio del consumidor, que es el lector y, aspira a complacer a todos con las crónicas y comentarios sobre ciencia, arte, literatura, relaciones sociales, aspectos religiosos, políticos, deportivos; de modo que el periódico ha llegado a convertirse en un órgano de expresión de la voluntad pública y al servicio del público.

El periodismo cumple múltiples funciones, las más predominantes, son: Informar, persuadir, promover, educar, orientar la opinión pública y entretener. Además estimula el comercio, la industria, la acción social y es evidente que sirve de medio para encausar la política.

Hay factores que han contribuido al desarrollo del periodismo y son:

- a) La sed de conocimientos, que tiene el hombre acerca de lo que pasa en medio que lo rodea.
- b) El fomento del alfabeto
- c) El progreso técnico y mecánico.
- d) La elevación del periodismo a un sitio de profesión.
- e) El aumento de profesionales que intervienen en el medio periodístico como los escritores, artistas, científicos.
- f) La multiplicidad de los problemas que tienen las sociedades y los pueblos y la necesidad de exponerlos y encontrar las soluciones.

EL LECTOR

El lector es la persona que lee por voluntad propia o por el puro gusto de leer y que por medio de esa lectura busca respuestas a sus necesidades de información, de capacitación, de formación, de entretenimiento, etc.

¿Qué espera el lector del periodista? Un periodista debe ser capaz de proyectar en lo que informa valores periodísticos que deben ir implícitos en esa información, como son; la novedad, la actualidad, la significación social, la inmediatez, el interés público, la prominencia de personaje, lugar o función, etc., que van a promover la lectura de esa información por parte de ese lector término medio.

LA PRENSA ESCRITA

²“El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).”

³“El periódico es la publicación periódica que presenta noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. Los artículos no firmados se consideran la opinión del editor (o artículo editorial). Además, suele proporcionar información diversa a sus lectores: meteorológica, bursátil, de ocio o cultural (como programación de cine y teatro), de servicios públicos (como farmacias de guardia, horarios y líneas de transporte o cuestiones similares), y a veces incluye tiras de prensa y diversos tipos de pasatiempos. Las ediciones dominicales suelen incluir diversos tipos de suplementos. En ocasiones, se incluyen regalos o diversos tipos de promociones comerciales para incentivar su compra.”

El periódico es el medio de comunicación más conocido y generalizado en el mundo hoy en día debido a su carácter informativo y se ha convertido en órgano de consulta, pudiendo citar en los EE.UU al New York Times, Washington Post y en nuestro país diarios como El Universo, El Comercio, El Telégrafo, etc., medios de circulación nacional de gran acogida por el contenido informativoeducativo o didáctico que presenta.

Hay diferentes tipos de formatos como tipos de periódicos y son los siguientes:

⁴ “Hoja grande, tamaño sábana o *asabanado*, *broadsheet*: 600 mm por 380 mm, usado muchas veces por los periódicos más *serios*. Un ejemplo es el formato utilizado por el periódico *The Times* hasta 2004.

²WIKIPEDIA. *Prensa escrita*. Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita

³WIKIPEDIA. *Prensa escrita*. Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita

⁴Idem.

Tabloide: la mitad del tamaño de los broadsheet, de 380 mm de largo por 300 mm de ancho. En los países anglosajones es muchas veces visto como sensacionalista frente de éstos últimos, aunque en otros países, como España, es el tipo más utilizado.

Berliner: de 470 mm por 315 mm, usado por periódicos como *Le Monde*.

Arrevistado: formato similar a las revistas, incluso con grapas. Es poco frecuente, aunque se sigue utilizando, como es el caso del diario español *ABC* y el *Diario Argentino "La Tarde"*

El periódico es un medio de información de hechos acaecidos en un tiempo breve a la fecha de la publicación del suceso, que hoy en día es inmediato.

Existe una función importante que cumple la prensa en la pedagogía:

⁵“Un periódico desde una óptica pedagógica, es un vehículo de contenidos diversos que se manifiestan en géneros culturales y periodísticos vehiculando ideas, opiniones, etc., y donde cada uno de ellos puede considerarse como una unidad de conocimiento y que, en principio, también podrían ser vehiculados por cualquier otro medio (véase SCHRAM, 1972)”

El aspecto pedagógico de la información periodística es innegable, como vehículo del “saber” sobre el entorno natural y social, medio de expresión de ideas persuasivas, “hacer creer”, como lo dice Lorenzo Vilchez, ya que está en la capacidad de promover acciones y comportamientos, de distinta índole y enriquece el saber en sus lectores.

EL PERIODISMO

HISTORIA DEL PERIODISMO EN EL ECUADOR

⁶Estudiando acerca de las formas de comunicación colectiva en la época colonial desde las llamadas Relaciones que eran manuscritos leídos a viva voz, hasta llegar a

⁵ VILCHEZ, Lorenzo. Pedagogía de la imagen periodística: Aspectos generales. *TEORÍA DE LA IMAGEN PERIODÍSTICA*. Pág. 169.

⁶HALLO, Wilson: *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*, <http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=2869>, extraído 13 de Agosto del 2010(a).

la imprenta fundada en Ambato alrededor de 1750, daremos un detalle de las primeras impresiones, pasando luego al primer periódico del Ecuador editado por Eugenio de Santa Cruz y Espejo en esta imprenta. De manera cronológica, nos referiremos a la evolución del periodismo ecuatoriano, dividiéndolo en ciclos, que se configuraron por los procesos históricos fundamentales.

Finalizaremos en la segunda mitad del siglo XX, donde la comunicación colectiva ha tomado una dimensión revolucionaria desde 1792 hasta 1990.

Colonia- Primera Imprenta- Eugenio Espejo

República - 1800 - 1812- 1812 - 1830

-1830 - 1845 - 1845 - 1861-1861 - 1875

- 1875 - 1883- 1883 - 1895- 1833 - 1889

Siglo XX-1895 - 1915-1915 - 1928

- 1928 - 1940 -1940 - 1960-1960 - 1980

-1980 - 1990

⁷**CICLO 1883 – 1895**

La Asamblea Constituyente, que debía organizar y firmar el gobierno de la democracia, fue convocada para octubre de 1883 en Quito. De los 62 diputados nacionales, 26 eran liberales. Entre los conservadores había ecuatorianos prominentes como: *Camilo Ponce, Antonio Flores Jijón, Alberto Muñoz Vernazay Carlos R. Tobar* y entre los personajes como *Francisco Andrade Marín, Adriano y Francisco Montalvo*.

En medio de la sorpresa de los presentes, es nombrado Presidente uno de los elementos menos visibles de la extrema conservadora, José María Placido Caamaño. Se nota por primera vez en la historia nacional la verdadera presencia de bloques parlamentarios.

Los liberales perdieron por su anarquía interna. Juan Montalvo propugna de manera dura e incisiva el desconocimiento absoluto de los antiguos “patriarcas” liberales,

⁷**Ibíd.**

exaltando de manera única a Eloy Alfaro, como guía y caudillo, que se pone a la cabeza de una serie de “montañeras” costeñas.

El gobierno de la Restauración se defiende con energía y ello tuvo como consecuencia inmediata crear una sólida base muy propicia para la inteligencia ecuatoriana. Se produjo un verdadero renacimiento de la Cultura en Ecuador tanto en la Literatura como en las Bellas Artes, acompañado por la presencia de una abundante publicación de libro y periódicos al calor de una irrestricta libertad de prensa. Caamaño pretendió dar a su gobierno caracteres progresistas.

Emprendió alguna de las obras más solicitadas en la época, *como telégrafos, puentes, edificios fiscales y caminos públicos*. Al finalizar el período de Caamaño en 1888, emerge el mayor y el más representativo organizador del Partido Conservador, Antonio Flores Jijón, hombre de gran cultura, hijo de Juan José Flores. El más poderoso e implacable del progresismo ya no era el liberalismo radical, sino más bien el Partido Conservador, extremista y leal a la línea política impuesta por García Moreno, acaudillada por Camilo Ponce. Al acercarse las elecciones, el progresismo proclama la candidatura de un liberal eminente, residente en Francia, Clemente Ballén.

Juan Montalvo pide a sus copartidarios el apoyo total para Ballén, pero éste se excusa a pesar de parecer su triunfo seguro. Luego de varias deliberaciones eligen al Dr. Luis Cordero, quien asume el poder en 1892 y se desenvuelve dentro de un ataque de los conservadores, a pesar de su presencia mayoritaria en el gobierno y de la oposición del partido liberal por identificarlos con la “argolla” compuesta por el ex – presidente Caamaño, la dinastía floreana y sus amigos, ante el escándalo de la bandera en 1895 y por presión popular, que lo califica de régimen débil y corrompido, presenta su dimisión, haciéndose cargo de la presidencia Vicente Lucio Salazar, que era vicepresidente y pertenecía al Partido Conservador.

Principales periodistas:

⁸VICTOR LEÓN VIVAR

Entre los héroes y mártires del periodismo debe destacarse su figura. En el ardor de la guerra civil, habiendo sido acusado de conspirador, fue victimado, Isaac J. Barrera dice: “Los liberales que no veían desde las guerrillas sino desde los campos de la lucha de ideas, protestaron contra este hecho que infamaba a la Revolución triunfante, pero ninguno de los responsables fue sometido a juicio ni penado por lo mismo”. “Este cargo vergonzoso subsistirá contra el liberalismo machetero”.

El 5 de junio de 1895 se da el pronunciamiento del Partido Liberal Radical en Guayaquil desconociendo al gobierno y designado Jefe Supremo de la República al General Eloy Alfaro.

⁹MARIETA DE VEINTIMILLA

Esta notable dama quiteña, que además de su belleza tuvo una vigorosa voluntad, estaba dotada de un talento de intensa vivacidad. Ardiente defensora de su tío, el dictador Ignacio de Veintimilla, llegó a heroicas actitudes, dignas de mejor causa. Marieta de Veintimilla es una figura legendaria en la historia ecuatoriana que se ha incorporado a la vida del periodismo nacional por una serie de publicaciones, cartas y conferencias que destacan su actuación intelectual.

REMIGIO CRESPO TORAL

Crespo Toral ha quedado único a la historia de la prensa de su país por su trabajo desde joven como redactor del Correo del Azuay, el Progreso y la voz del Azuay. Escritor polémico de carácter espiritual e idealista; se pone de manifiesto aún cuando actúa en la vida política de su país como Representante Nacional y como conductor de los destinos del la Patria.

PRINCIPALES PERIÓDICOS:

Los principales periódicos que se editan en este período son:

- El Nacional (1880)
- El Corro Frigio (1883)
- La República (1883)
- El Federalista (1883)
- El Telégrafo (1884)
- El Independiente (1885)
- El Ecuador (1885)
- La Reacción (1888)

⁸Ibíd.

⁹Ibíd.

- El Censor (1889)
- El Telegrama (1889)
- El Progresista (1891)
- El Partido Liberal (1891)
- El Radical (1892)
- El Imparcial (1892)
- El Monitor Popular (1893)
- La Época (1895)
- El Correo Nacional (1895)
- El Semanario Popular (1889)
- El Constitucional (1889)
- La Voz del Patriota (1891)
- El Tiempo (1892)
- El Industrial (1892)
- La Estrella Blanca (1893)
- El Heraldo (1893)
- El Diario de Quito (1895)
- El Grito del Pueblo (1895)

En el periodismo del siglo XIX se consolidan por vías de intensas y denodadas luchas las ideas y estructuras de la nación ecuatoriana y junto con ello, todos los vicios, defectos y actitudes positivas, que podemos detectar a lo largo ya del recorrido siglo.

¹⁰Es desde 1812 cuando, al formular la Primera Carta Política, se forman dos bandos a pesar de tener ambos entremezcladas ideas revolucionarias; los derechos del hombre, la libertad del pensamiento y la palabra, la libertad electoral, la alternabilidad y otras.

El Marqués de Selva Alegre era declaradamente monárquico y el Marqués de Villa Orellana, opuesta a la monarquía. Ya en la independencia los partidarios de José de San Martín eran monárquicos constitucionales y los de Bolívar, republicanos y demócratas.

Posteriormente las diferencias políticas se modificaron de acuerdo a las circunstancias históricas y las realidades del país en esos momentos. Así vemos que el Floreanismo fue considerado como el inicio del Partido Conservador, devenido de los Godos monarquitas, que desembocan en apoyo de los gobiernos fuertes y dictatoriales.

En cambio, *Los Liberales, Republicanos y Demócratas son tomados por Antidictatoriales, Antimilitaristas y Admiradores de la Revolución Francesa.*

¹⁰Ibíd.

Esta dicotomía de todas maneras se mantiene a través de un permanente caudillismo. Siempre se habla del *Floreanismo*, *Urbínismo*, *Garcianismo*, *Borrerismo*, *Veintimillismo*, *Alfarismo*, *Placismo*.

Continúa en el siglo XX, hasta el último espacio de la dictadura militar de los años sesenta, que desemboca en una ruptura con el caudillismo, iniciándose un proceso de consolidación de los partidos políticos.

HISTORIA DEL PERIODISMO EN LA CIUDAD DE MILAGRO

¹¹En la ciudad de Milagro, se ha ensayado el periodismo, en forma empírica en algunos casos y en otros el deseo y la vocación de hacer información ha sido el propósito, quizá lo primero justifique la vida efímera de algunos medios otambién podría deberse a la cercanía de nuestro cantón con la ciudad de Guayaquil, donde existen varios rotativos de gran acogida nacional.

Desde antes de su cantonización, el 17 de Septiembre de 1913, Milagro ha tenido muchos periódicos, y de la investigación realizada, se destacan los siguientes:

- Semanario “La Voz del Milagro”(1889)
- Semanario “El Cartucho”(1915)
- Semanario “El Lápiz”(1920)
- Semanario “El Derecho” (1930)
- Quincenario “La Pulga”(1945)
- Semanario “El Montuvio”(1945)
- Semanario “El Milagro” (1949)
- Semanario “La Crónica”(1957)
- Diario “La Época”(1963)
- Semanario “El Milagreño”(1969)
- Diario “La Nación”(1977)
- Semanario “El Campanazo” (1978)
- Semanario “El Reportero Gráfico” (1979)

¹¹*Historia del periodismo en el cantón Milagro*: Investigación realizada por las autoras del presente trabajo.

- Semanario “Prensa La Verdad”(1984)
- Diario “El Nacional”(1994)
- Semanario “El Ciudadino” (2004)
- Semanario “Despertad Informativo” (2004)
- Semanario “4^{to} Poder”(2007)
- Semanario “El Regional”(2009)
- Periódico trimestral NotiUNEMI (2004)

SEMANARIO “LA VOZ DEL MILAGRO”

Fue el Primer Periódico de mayor duración en el Siglo XIX, fue fundado en el año de 1889. Su dimensión era una pequeña hoja de 8x12 pulgadas. Este periódico fue instituido por el Sr. Miguel C. Fuentes, y elaborado con una prensa de mano.

Las instalaciones de dicho periódico se encontraban, donde hoy es la Delegación del Seguro Social (Calles Pedro Carbo y Juan Montalvo, frente al Parque Central). Allí se encontraba la Casa Municipal y funcionaba en la planta baja, la edificación lamentablemente desapareció en el Incendio del año 1942.

El periódico “La Voz del Milagro” duró hasta el año 1892, estuvo en circulación alrededor de 3 años. Era de publicación quincenal. Este periódico no tenía temas específicos, en aquellos tiempos no había noticias que crearan el interés de los habitantes, solo se publicaban hechos relacionados con el comercio que se generaba por parte de los inmigrantes o dueños de las tiendas de abarrotes. La Parroquia Milagro no pasaba de 6000 habitantes.

SEMANARIO “EL CARTUCHO”

El Cartucho fue fundado el 15 de Marzo de 1915. Este Periódico se caracterizaba por defender los derechos del Pueblo, publicaba hechos y acontecimientos de Milagro y poseía su propia Editorial.

Quienes laboraban en este Semanario lo realizaban por medio de seudónimos como: RIGADIN y NERON.

SEMANARIO “EL LAPIZ”

El Lápiz fue un Semanario Independiente y de Intereses Generales, fundado el 15 de agosto de 1920. Su Director Fundador fue: Don Ernesto Seminario Hans, conocido bajo el Seudónimo de “Grafito”.

El Periódico El Lápiz tuvo muy buena acogida y honrosas referencias, se vendía a 0,10 centavos de Sucre, se caracterizaba por dar a conocer noticias de política de nuestra ciudad, tenía espacio editorial y misceláneas.

QUINCENARIO “LA PULGA”

La Pulga fue un Quincenario, se caracterizaba por ser un periódico humorístico de orientación política local, fue fundado el 4 de Mayo de 1945. Costaba 0,20 centavos de Sucre.

Este periódico contenía 4 páginas. Colaboraban en este periódico corresponsales de Milagro y Bucay. Su Director fue: Lcdo. Julio Viteri Gamboa, se caracterizaba por contener noticias de índole social, deportiva o hechos acontecidos en Bucay.

SEMANARIO “EL MONTUVIO”

El Montuvio fue un Semanario Órgano del Consejo Central del Sindicato de Trabajadores Agrícolas, Campesinos Pobres y Obreros Rurales del Guayas, fue fundado el 28 de Mayo de 1945.

Tenía un costo de 0,30 centavos de Sucre, de 4 páginas, se caracterizaba por tener noticias inherentes a acontecimientos generados por quienes lo dirigían y noticias de la Casa Municipal de Milagro.

SEMANARIO “EL MILAGRO”

Fue un Semanario informativo creado con la finalidad de Edificación por la Educación del Pueblo, este su eslogan, fue fundado el 16 de Enero de 1949. Tenía un costo de 0,40 centavos de Sucre. Su Director Fundador fue Don Belarmino Peña. Colaboraban en este periódico corresponsales de Milagro, Cone y Mariscal Sucre.

Este semanario contenía 4 páginas, se caracterizaba por tener noticias de carácter Social, su respectivo Editorial, Recetarios Caseros, Artículos sobre hechos o acontecimientos de los Recintos Cone y Mariscal Sucre.

SEMANARIO “LA CRÓNICA”

La Crónica era un Semanario de tipo político, crítico, con apenas un par de hojas. El Slogan de este medio de comunicación impreso fue: *Por un Milagro Mejor*. El Gerente Propietario de La Crónica fue Don Elías Aguilera Vásquez, quien fuera corresponsal de los Diarios: El Universo, El Telégrafo y La Nación.

La Crónica fue fundada el 24 de Noviembre de 1957, el motivo para que Don Elías Aguilera, saque este medio de comunicación fue por interés humanista y brindar servicio a la comunidad, por cuanto su opinión trataba de colaborar a fin de romper todos los estigmas que existían en aquella época. Sobre todo arremetía contra el Ingenio Valdez, que a su juicio esta industria se caracterizaba por explotar al obrero, trabajador, zafrero y a su vez iba en contra de los dirigentes políticos del momento. El Semanario La Crónica dejó de circular en el año 2002.

Este Semanario tuvo una excelente aceptación por parte de los milagreños, se emitía 1000 ejemplares semanales al inicio, luego con el pasar del tiempo y por la gran acogida de los lectores se incrementó a 1500 ejemplares.

En aquellos años Milagro contaba con otros medios de comunicación como: El Enfoque y El Milagreño. Solo El Semanario La Crónica, tuvo el liderazgo nacional, e internacional.

El Lic. Francisco Aguilera DiLorenzo, hijo de Don Elías Aguilera, puntualiza:

“Existen ejemplares del Semanario La Crónica, en la Biblioteca de Moscú, Alemania y México. Esto hecho ocurrió cuando el Dr. Alberto Serrano representante por el partido del Velasquismo, Agregado Diplomático en una Embajada, pedía que se le enviara los ejemplares del Semanario y los dejaba archivados en una biblioteca allá”

La Ab. Amparo Aguilera DiLorenzo, hija de Don Elías Aguilera, comenta el motivo de la desaparición de este Semanario por dos ocasiones:

“En la primera ocasión, lo clausuraron, porque la vocación de mi padre fue muy crítica, muy político. Posterior a esa clausura la Convención de Periodistas reunida en Boston, Estados Unidos, al conocer su reclamo logró por disposición de la Sociedad Internacional de Prensa (SIP) se levante la clausura.

Luego se dejó de emitir por segunda vez, por cuestiones de índole netamente técnico, ya no hubo quien se encargue de la impresión y de la redacción por la ancianidad de mi Padre Elías”

Cuadro 1. Colaboradores del Semanario “La Crónica”, en el año 1957

#	COLABORADORES	CARGO
1	Sr. Elías Aguilera Vásquez	Director
2	Sr. Elías Aguilera Di Lorenzo	Colaborador
3	Ing. Ricardo Ramos	Colaborador
4	Sr. Arturo Salazar Quiroz	Líderes de Opinión
5	Sr. Galo Fariño Lima	Líderes de Opinión

Fuente: Ab. Amparo Aguilera Di Lorenzo

DIARIO “LA ÉPOCA”

Fue Fundado el 24 de Agosto de 1964, por Don Narciso Matamoros, aunque su primer gestor y mentalizador de la idea de crear un diario Milagreño fue su padre Don Jacinto Matamoros Olvera, quien laboraba como Registrador de la Propiedad y hacía hojas volantes para el Partido Liberal.

En la entrevista realizada a la Lic. Clara Matamoros, (hija de Don Narciso Matamoros) puntualiza:

“Fue el Primer Diario Milagreño que se elaboraba y se imprimía completamente en Milagro, en un taller donde laboraban 11 obreros que trabajaban arduamente para emitir la publicación todos los días. Colaboraron en este Diario, aproximadamente diez personas entre estas, el Ab. Ricardo Vasconcellos Rosado y Rodrigo Sánchez.

Pero era Don Narciso quien escribía la mayoría de la información que se publicaba y además contaba con dos reporteros fijos.”

El Diario LaÉpoca dejó de circular en el año de 1978. Al inicio se emitieron 400 ejemplares, luego se incrementó a 1000 ejemplares diarios. La Época se vendía al inicio a 0,20 centavos de sucre, luego se incrementó su valor a 0,40 centavos. La Época se caracterizaba por noticias de los acontecimientos del día, eventos institucionales, eventos de colegios, del Municipio, sucesos, crónica y todo lo que pasaba en la ciudad de Milagro.

“Habíamos pasado quince años publicando, era un trabajo cansado, por la imprenta, lamentablemente el trabajo no era suficientemente reconocido. A nadie de la familia le interesó porque no era productivo. Si tuvo mucha acogida por el largo tiempo que se mantuvo en circulación, aún es muy recordado”, termina de expresar la Lic. Clara Matamoros.

SEMANARIO “EL MILAGREÑO”

El Periódico El Milagreño, fue fundado el 16 de Septiembre de 1969. La dueña del Semanario El Milagreño fue la Lic. Nelly Eugenia Leal Rojas; quien es la Primera Periodista Milagreña.

Este semanario en los últimos 2 meses antes que dejara de circular, empezó a salir quincenalmente, deja de circular por problemas de salud de la dueña del periódico.

“El Milagreño” estuvo en circulación alrededor de 20 años.

En la entrevista concedida a las autoras de la presente investigación, la Lic. Nelly Leal expresó:

“Estudiaba Periodismo en la Universidad de Guayaquil. Toda una vida me gustó escribir, a través de un medio periodístico se adquiere y motiva a prepararnos a leer y ponernos al día en todo; para no hacer en el ridículo o caer en la mentira. Siempre tratábamos de abordar temas de política, economía, de tipo cultural y deportivo. También nos dedicábamos a manifestar las necesidades de la comunidad, escribir o decir que es lo que ocurría en tal sector, este semanario, fue amigo del Campesino”

El Milagreño comenzó con 2000 ejemplares a la venta, luego se incrementó a 3000 ejemplares semanales. Este medio llegó hasta el Congreso Nacional y a la Presidencia de la República. El Milagreño trató más que nada aspectos relacionados con la cultura.

Cuadro 2. Colaboradores del Semanario “El Milagreño”, en el año 1969

#	COLABORADORES	CARGO
1	Lic. Nelly Leal Rojas	Directora
2	Ab. Vallejo (+)	Articulista
3	Dr. Victor Hugo Maridueña	Articulista
4	Sr. Ricardo Rodriguez Sparovich	Articulista
5	Sr. Victor Hugo Vicuña Arellano	Articulista

Fuente: Lic. Nelly Eugenia Leal Rojas.

“Dejó de circular el Semanario El Milagreño, porque caí enferma, sumado a eso tenía otras funciones, estar en mi hogar, cuidar a mis hijos, además trabajaba en el Colegio Velasco Ibarra. Consideré que no iba más. Me siento orgullosa, de haber llegado a todos los sectores con el Semanario El Milagreño, la gente lo pedía y lo solicitaba”.

Por último termina de manifestar la Lic. Nelly Leal Rojas:

“En la actualidad es fácil sacar un periódico, en cambio antes era más difícil. Se tenía que luchar con la censura de la gente, estar pendiente de invadir el mercado con un mensaje. Siempre fue mi sueño, sacar de nuevo el Periódico El Milagreño, pero caí enferma, siempre hace falta una persona líder en este trabajo para empujar y seguir”.

DIARIO “LA NACIÓN”

Fue fundado en el Año de 1977. Este diario estuvo laborando por el lapso de un año, el motivo de su desaparición, dicho por su propietario el Ab. Stelvio Centanaro Quiroz, fue porque él salió elegido como Consejero Provincial del Guayas y sus funciones no le permitieron que el diario siguiera en circulación.

El Ab. Stelvio Centanaro Quiroz puntualiza:

“En aquellos tiempos se sacaba 1000 ediciones diarias, la impresión era por el método Cliché, era un tipo de tipografía con un centenar de fotos. No existía el offset. Este medio impreso, se lo vendía por medio de megáfono. Luego de terminado mi período como Consejero Provincial fundé Radio Presidente, luego fue Radio la Voz del Pueblo y en la actualidad es Radio Net”

Este medio de comunicación contenía páginas de carácter Social, Económico, noticias locales, nacionales e internacionales. Su gran colaborador fue el Don Ricardo Rodríguez Sparovich.

SEMANARIO “EL CAMPANAZO”

Fue Fundado el 25 de Noviembre de 1978, este Semanario emitía alrededor de 1000 ejemplares. Se caracterizaba, porque contenía noticias en general, especialmente de política “sana”, como lo expresa el Sr. Pedro Pazmiño, director del medio, revolucionó el periodismo en Milagro.

El Campanazo circuló durante 7 años, dejó de hacerlo por problemas económicos, tuvo gran aceptación por parte de los milagreños e inclusive los voceadores lo difundieron en el Terminal Terrestre de Guayaquil.

Su Director fue el Sr. Pedro Pazmiño, además colaboraban alrededor de 10 personas, como: Director, Jefe de Redacción y Corresponsales. Entre los colaboradores de gran trascendencia fueron el fotógrafo Alfredo Ripalda Coronel. Los corresponsales eran de: *Milagro, Boliche, Parroquia Virgen de Fátima, Simón Bolívar, Yaguachi* inclusive abarcaba todas las parroquias y diferentes Cantones de la Provincia del Guayas, todos trabajaban desinteresadamente.

“Fui mal Periodista; porque nunca exploté en sí el Periodismo. Es algo nato, que nace en una persona e incluso uno pone el estilo, la forma, la esencia y la dedicación”, puntualiza el Sr. Pedro Pazmiño.

En la actualidad colabora con Radio Atalaya de Milagro, es quien escribe el Editorial diariamente y se emite en las noticias radiales del mediodía.

Además trabajó para medios como Prensa La Verdad, Diario El Universo, con poca frecuencia en el Diario El Mercurio de Cuenca y en la Primera Edición del Diario El Nacional de Milagro.

Don Pedro Pazmiño acota: “Me sentí contentísimo, cuando salió la Primera Edición del Semanario El Campanazo; porque era una meta cumplida y un sueño realizado. Siento mucha nostalgia; porque han pasado años y todavía se comenta del Semanario. No volvería a trabajar en ningún medio de comunicación, porque hay que darle la oportunidad a la gente joven”.

SEMANARIO “EL REPORTERO GRÁFICO”

Fue fundado el 10 de Noviembre de 1979, donde se emitían 1000 ejemplares, solamente tuvo 43 ediciones. Este medio de comunicación tuvo circulación quincenal.

El nombre de *Reportero Gráfico*, surgió por la idea de emitir las noticias por medio de gráficos y no sólo letras. El dueño de este medio fue nuestro Historiador local, Don Ricardo Rodríguez Sparovich, él decidió sacar este tipo de medio de comunicación escrita por su trayectoria y vocación, había colaborado en periódicos locales como: El Milagreño, La Nación y La Época, sin olvidar de mencionar diarios como El Universo, la Agencia Ecuatoriana de Prensa y la Revista Vistazo de Guayaquil.

“Además, por la falta de medios de comunicación impresa, que no existían en Milagro en esos tiempos, quisimos llegar a la ciudadanía a través de noticias de Variedad, Corte juvenil y sobre todo de Informes Institucionales.

Fue el primer medio local que sacó la primera columna de Sociales y Farándula. Tuvo bastante aceptación en el público juvenil”, esto nos comenta Ricardo Rodríguez Barcia, hijo de Don Ricardo Rodríguez Sparovich.

Además Ricardo Rodríguez Barcia nos refirió:

“En aquellos tiempos, no era difícil conseguir las noticias, porque teníamos colaboradores anónimos, lo difícil era llevar el material a la ciudad de Guayaquil en donde se imprimía.”

Cuadro 3. Colaboradores del Semanario “El Milagreño”, en el año 1979.

#	COLABORADORES	CARGO
1	Sr. N. Benavides	Enviaba las Noticias
2	Sr. N. Torres	Articulista
3	Sr. Ricardo Rodríguez Barcia	Director
4	Don Ricardo Rodríguez Sparovich	Jefe de Redacción

Fuente: Sr. Ricardo Rodríguez Barcia.

SEMANARIO PRENSA “LA VERDAD”

Fue fundada el 15 de Septiembre de 1984. El Gerente Propietario es el Ab. y periodista William Reyes Cuadros, quien laboró en algunos medios de comunicación impresos y además colaboró en el Periodismo Radiofónico.

El Ab. Reyes manifiesta:

“Empezamos con 1000 ejemplares, con un periódico de 12 páginas, en ese tiempo era blanco, negro y a color. Decidimos hacer un medio de carácter comunicativo, cultural. Nos hemos ido asentando en la ciudadanía, con el pasar del tiempo.”

En la actualidad Prensa La Verdad, cuenta con 20.000 ejemplares de edición, tiene cobertura total en Milagro, aunque llega a otros cantones, parroquias y recintos aledaños al Cantón.

Cuadro 4. Colaboradores del Semanario “Prensa La Verdad”

#	COLABORADORES	CARGO
1	Ab. William Reyes Cuadros	Director
2	Lic. William Reyes Vega	Sub-Director
3	Sr. Jorge Llerena	Diagramación
4	Sr. León Reyes	Diseño

Fuente: Ab. William Reyes Cuadros.

“Además tenemos un gran mercado en el mundo por medio del internet, tenemos 50.000 visitas por medio de esta tecnología”, termina por expresarel Ab. William Reyes Cuadros.

DIARIO “EL NACIONAL”

Fue fundado el 23 de Septiembre de 1994, emite 1000 ejemplares diarios. Este medio de comunicación es de origen Orense.

A falta de un medio de comunicación diario, decidieron colocar sus oficinas en Milagro, es una combinación de las noticias del cantón Machala, con reportajes de nuestra ciudad.

Se caracteriza por publicar noticias de índole político, económico y crónica roja, sin desvincularse principalmente de las noticias deportivas y de cultura, a nivel Nacional e Internacional.

Cuadro 5. Colaboradores del Diario “El Nacional”

#	COLABORADORES	CARGO
1	Dr. Nicolás Castro Benítez	Presidente del Directorio
2	Sr. Fernando Valdiviezo Valarezo	Director – Gerente

Fuente: Sr. Pedro Pazmiño.

SEMANARIO “EL CITADINO”

El Semanario El Ciudadino, fue fundado el 24 de Abril del 2004. Este medio de comunicación escrito surgió de la idea de su propietario el Ab. Stelvio Centanaro Quiroz, cuando se encontraba viviendo en Europa, en el Distrito de Dedesi (Milano, Italia) existía un periódico que se llamaba “Il Cittadino” que significa El Ciudadano, de allí incluso viene el nombre del medio.

Cuadro 6. Colaboradores del Semanario “El Ciudadino”, en el Año 2004

#	COLABORADORES	CARGO
1	Ing. Lucy Higuera	Directora
2	Sra. Flor Higuera	Sub-Directora
3	Sr. Galo Espinoza Orquera Dr. Serafín Abad Ochoa Lic. Roberto Centanaro S. Dr. José Galarza	Consejo Editorial

Fuente: Ab. Stelvio Centanaro Quiroz.

SEMANARIO “DESPERTAD INFORMATIVO”

Fue Fundado el 11 de Agosto del 2004. Este medio de comunicación se caracteriza por dar a conocer noticias de nuestra ciudad y del cantón Simón Bolívar. En este Semanario sus páginas están impresas en papel periódico de gramaje diferente a los de otros medios.

Cuadro 7. Colaboradores del Semanario “Despertad Informativo”

#	COLABORADORES	CARGO
1	Sra. Silvia Delgado	Gerente
2	Prof. Cristóbal Ripalda Yáñez	Director de Noticias,
3	Dr. Marco Regalado Rivera	Director “E”
4	Ec. José Vargas Oñate	Sub-Director
5	Dra. Maura Castro de Marín	Editores

Fuente: Semanario “Despertad Informativo”.

SEMANARIO 4^{to} PODER

Este medio de comunicación escrita, fue fundado en el Mes de Julio del 2007, tuvo una excelente aceptación, por parte de la ciudadanía del Cantón Milagro. Semanalmente se emitían 1000 ejemplares. Este medio se caracterizaba por realizar coberturas relacionadas con la política del Cantón Milagro.

Cuadro 8. Colaboradores del Semanario “4to Poder”, en el Año 2007

#	COLABORADORES	CARGO
1	Ing. Carlos Arbeláez Ochoa	Gerente
2	Lic. Jacinto Mosquera Vera (+)	Director
3	Sr. Josué Arbeláez Macías	Sub-Director
4	Sr. Carlos Pérez Orellana	Redacción

Fuente: Ing. Carlos Arbeláez Ochoa.

SEMANARIO “EL REGIONAL”

Apareció, el año del 2009, luego de cambiar su Razón Social de “Semanario 4^{to} Poder” por “Semanario El Regional”. Este medio de comunicación impresa, se caracterizó por seguir la secuencia de las ediciones del semanario 4to. Poder.

Secaracteriza por hacer públicas noticias relacionadas con la política del Cantón Milagro, además se da a conocer noticias nacionales e internacionales, deportivas, como artículos de Salud y Vida. Semanalmente se emiten 3000 ejemplares, que son obsequiados a la ciudadanía.

Cuadro 9. Colaboradores del Semanario “El Regional”

#	COLABORADORES	CARGO
1	Juan Zurita Villamar	Gerente
2	Robinson Granizo H.	Marketing & Diseño Gráfico
3	Maritza Barcia Bermeo	Directora
4	Abg. Segundo Gómez	Asesor Legal

Fuente: Ing. Carlos Arbeláez Ochoa.

NotiUNEMI

Es valioso dar a conocer acerca del periódico institucional de la Universidad Estatal de Milagro, NotiUNEMI, este es un proyecto informativo que nace cuando el Lic. Gabriel Viteri Porras (+), era docente de la Universidad Estatal de Milagro, y como encargado del Departamento de Relaciones Públicas y Asesor de la Carrera de Comunicación Social, en el año del 2004, crea este medio.

Este Medio Impreso de carácter institucional se caracterizaba por recoger las noticias que se producen en la UNEMI, se emiten de 1000 a 2000 ejemplares y es de circulación trimestral. Durante la Dirección del Lcdo. Julio Fajardo le dio un cambio radical, en su diseño y los detalles del cabezote. Los estudiantes de la Universidad colaboran como pasantes en la realización de las ediciones.

En este medio impreso se está implementando el uso de la Infografía, lo que permite captar la atención del lector y potencializar la lectura y marca esa diferencia con los periódicos en estudio. El NotiUNEMI supera los 6000 ejemplares mensuales de emisión.

A este mes de Diciembre del 2010, el director del Departamento de Relaciones Públicas es el Msc. Xavier Paguay quien a través de su marcada trayectoria como comunicador organizacional seguirá promoviendo la difusión de este medio impreso.

LOS CÓDIGOS VISUALES DEL PERIODISMO ICONÓGRAFICO

¹²Según Gonzalo Peltzer, la sintáctica y la semántica de los lenguajes, formulaciones semióticas abiertas a partir de los hábitos y convenciones en el uso de los signos, poseen un alto grado de autonomía. Las expresiones del lenguaje visual suelen ser composiciones de distintos tipos de códigos visuales: gráficos, lingüísticos, fotográficos, etc. esto ocurre especialmente en el grupo de los denominados *infográficos o infogramas*.

Harol Evans considera gráficos (*graphics*) sólo un tipo, que considera informativos, y *flavor graphics* a los puramente decorativos: “Un simple dibujo que ilustra un

¹²**PELTZER**, Gonzalo. *La práctica del periodismo iconográfico. Periodismo Iconográfico*. Pág. 129-152.

artículo no es un gráfico, es una ilustración, como una simple fotografía en una información. Pero ambos se convierten en gráficos como una parte integrante del dibujo o la foto”

Evans consideraba que lo principal era la información textual no las imágenes entanto que Peltzer considera que los graphics de Evans son sólo una pequeña parte, un sólo género o tipo de la cantidad y variedad posible de vehículos de un mensaje visual informativo y lo ambiguo del término **gráfico**, en nuestra lengua, impide su utilización para designar a los distintos niveles de información visual.

La clasificación de los géneros o códigos visuales del Periodismo Iconográfico la hace el Dr. Gonzalo Peltzer, abogado y periodista argentino, en su libro “Periodismo Iconográfico”, en siete grupos principales:

- | | | |
|--------------|-----------|-------------------------------|
| 1) Gráficos, | 2) Mapas, | 3) Ilustraciones, |
| 4) Símbolos, | 5) Comics | 6) Infográficos (Infografía). |

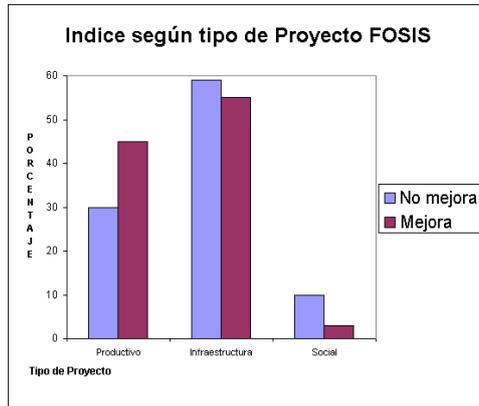
LOS GRÁFICOS

Representan visualmente una información, consistente en una o varias correspondencias entre una serie finita de conceptos variables y una variable. Según Jacques Bertin hay cuatro grupos de gráficos, y los clasifica según la naturaleza de las correspondencias que expresan en el plano: Diagramas, organigramas, mapas y símbolos. Hemos tomado la clasificación del Dr. Gonzalo Peltzer, en su libro “Periodismo Iconográfico”, él clasifica a los gráficos en Diagramas y Organigramas.

A) DIAGRAMA

Es un Dibujo geométrico que sirve para probar una proposición, o para representar de una manera gráfica la variación de un acontecimiento o de un fenómeno. Tiene el dominio monosémico de la percepción espacial; en un instante se perciben las relaciones entre las tres variables del gráfico: las dos dimensiones del plano y las variaciones de las marcas.

Figura 1.Diagrama



Nigel Holmes considera cuatro tipos básicos de diagramas, siendo siempre uno de ellos el correcto para representar gráficamente datos estadísticos específicos: Lineal o (de Fiebre), Barras, de Tarta y Tabla o verbograma. *Gonzalo Peltzer* agrega categorías de *Bertín* a las de *Holmes*, como los Gráficos polar y el rectilíneo.

a) Diagrama Lineal (o de Fiebre)

Se representan por líneas, según dos ejes perpendiculares de coordenadas, que expresan las dos componentes variables. Los *gráficos lineales o de fiebre*, son especialmente aptos para mostrar tendencias.

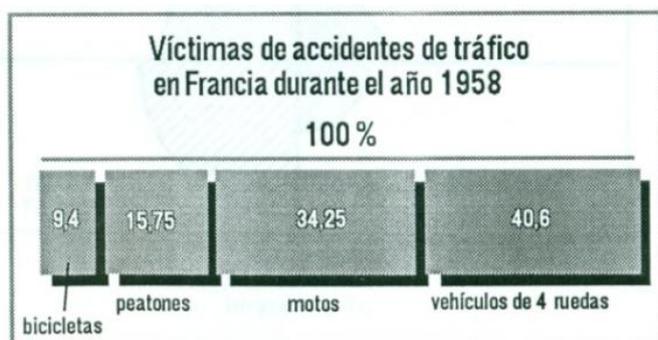
Figura 2.Diagrama Lineal.



b) Rectilíneo

Es una línea recta se representa el número total de las componentes variables, y se divide en las partes proporcionales que suman el todo invariable.

Figura 3.Diagrama Rectilíneo.



c)Circular o de Tarta

Las correspondencias o proporciones de las componentes variables se representan como sectores de un círculo, en proporciones de diferentes tamaños, expresados generalmente con distintos colores o tramas.

El grafico circular o de tarta es el más adecuado de utilizar cuando se quiere representar porcentajes, esto es partes de un todo.

Figura 4.Diagrama Circular o de Tarta



d) Ortogonal (de Barras)

Estos gráficos están realizados por bloques de diferentes colores o tramas, dispuestos en ángulo recto cada una de sus correspondencias o proporciones, donde la base constituye la componente invariable.

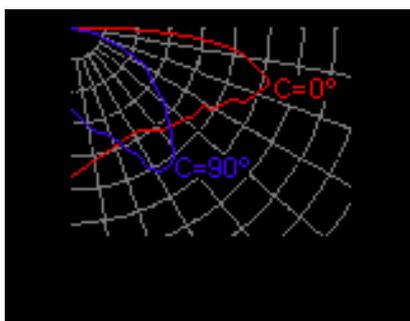
Figura 5.Diagrama Ortogonal (de Barras)



e) Polar

Es la representación de forma circular del diagrama ortogonal. Las proporciones son iguales, a la vez que se expresan las diferencias entre ellas.

Figura 6.Diagrama Polar



f) Tabla o Verbograma

Diagrama esencialmente textual, en el que el diseño de la información agrupa, distingue, relaciona o resalta los mensajes lingüísticos que contiene. La tabla o verbograma es más adecuado su uso cuando es necesario presentar una información que contiene muchos números, que deben ser leídos con cuidado: horarios,

cotizaciones, etc. Un ejemplo típico podría ser la tabla de clasificación de un torneo deportivo.

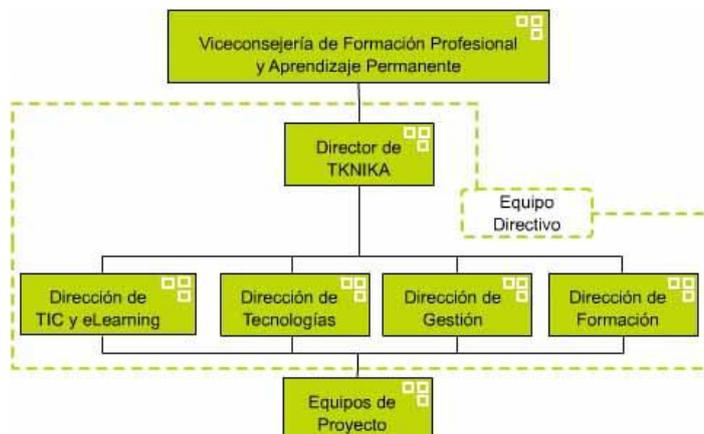
Figura 7.Tabla o Verbograma

Emelec 	
Jaguares 	
Klimowicz	Villalpando
C. Quiñónez	Flores
Fleitas	Razo
Achilier	Sánchez
Bagúl	Valdez
Mena	Rojas
Quiroz	Esqueda
P. Quiñónez	Zamora
Giménez	Manso
Menéndez	Torres
Iza	Salazar
DT: O. Asad	DT: Guadalupe
Árbitro: Víctor Carrillo (Perú).	
Hora: 19:50	
Estadio: George Capwell	
Transmite: Fox Sports	

B) ORGANIGRAMAS

Constituyen la representación gráfica de las relaciones jerárquica de función o estructura de una organización. Gráficamente su representación no expresa ningún tipo de proporción a escala y su correspondencia se manifiesta sólo por las relaciones entre algunas o todas las decisiones de la misma componente.

Figura 8.Organigramas



MAPAS

Representan geográficamente la Tierra o de parte de ella, sobre una superficie plana o bidimensional. Aquí se expresan algunos o todos los componentes de una información de acuerdo con un orden geográfico. Este género visual responde siempre a la necesidad de apelar al sentido geográfico del público para comprender las noticias.

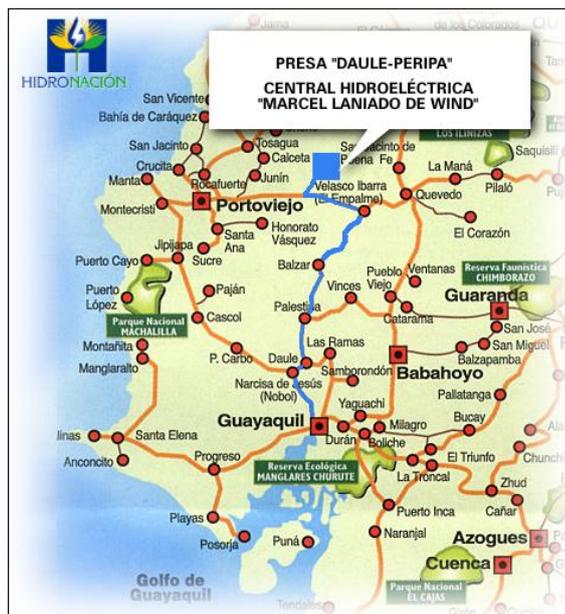
Se pueden considerar cinco tipos de mapas periodísticos:

- Mapas de situación,
- Mapas de Detalle,
- Mapa Meteorológico
- Cartograma.
- Mapa Ilustración.

a) Mapa de Situación

Este mapa tiene la particularidad de situar al lector desde afuera hacia adentro, de modo que pueda, desde sitios conocidos, situarse en el lugar que se pretende describir.

Figura 9. Mapa de Situación



b) Mapa de Detalle

Sobre un mapa de situación, es la parte del mapa, generalmente resaltada, que muestra los sitios concretos que se pretenden describir.

Figura 10. Mapa de Detalle



c) Mapa Meteorológico

La quintaesencia del mapa informativo, por su importancia informativa y habitualidad de su uso en todos los medios visuales.

Se trata ya de una especie de mapa **con código, simbología, estilo y característica particular**, que han motivado una preparación peculiar o especialidad en los periodistas que se dedican a este tipo de información en los distintos medios de comunicación.

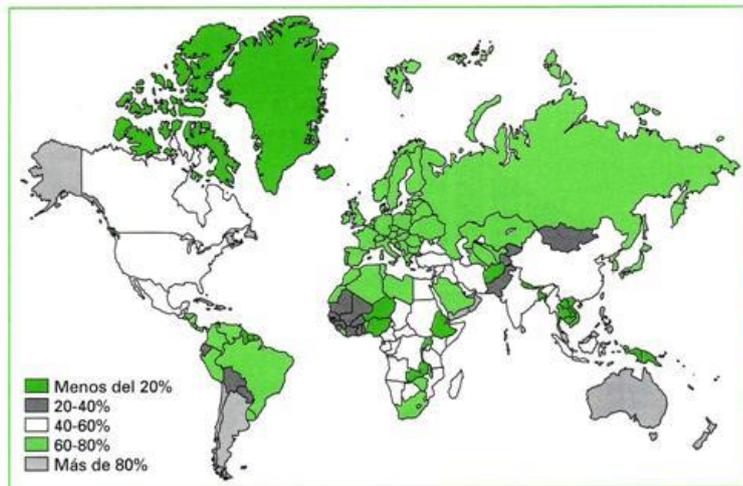
Figura 11. Mapa Meteorológico



d) Cartograma

Representación cartográfica de relaciones o proporciones entre las componentes variables de una información en la que el dato espacial-geográfico resulta la componente invariable. Se la considera en parte mapa y en parte diagrama.

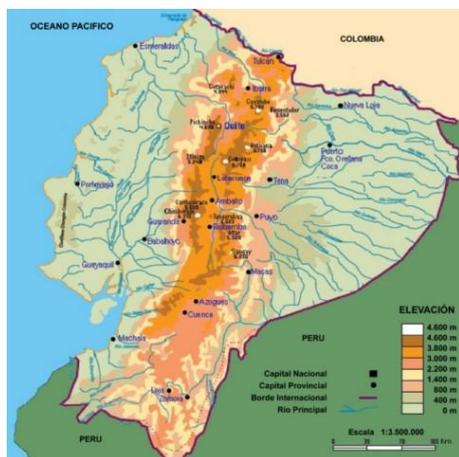
Figura 12.Cartograma



e) Mapa Ilustración

Podría hablarse de una categoría más de mapas informativos que se denominaría con esta expresión. Se trata de aquellos mapas en los que el dominio de los significados no está en el mapa en sí (en las relaciones geográficas que se intentan explicar), sino en la información que utiliza al mapa como una simple ilustración o referencia.

Figura 13.Mapa Ilustración



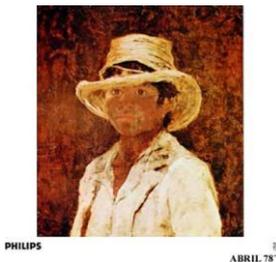
ILUSTRACIONES

a) Retrato

Es la representación gráfica de personas o cosas determinadas. Gonzalo Peltzer expresa, además, que un artista puede conseguir una imagen o una combinación de imágenes de personas, editorializadas o no, que la fotografía no puede hacer.

Se las utiliza mucho en los suplementos de los periódicos norteamericanos, aprovechando las capacidades creativas de los artistas y también el gran tamaño de la mayoría de los diarios de ese país que permiten un tratamiento gráfico muy creativo. El original puede ser un gouache, acuarela, acrílico, tinta y colores a lápiz, varias combinaciones, siempre de secado rápido.

Figura 14. Ilustración – Retrato



b) Chiste Gráfico

Se trata de uno de los casos en que se da con más pureza el lenguaje visual. Aquí el lenguaje del chiste supone siempre códigos que los lectores deben conocer y hacen gracia en la medida en que consiguen ridiculizar una situación que, para quien lo entiende, es siempre conocida y que constituye la clave de su éxito.

Figura 15. Ilustración – Chiste Gráfico



c) Chiste Gráfico Editorial

Se trata de lo que en la prensa americana recibe el nombre de *Cartoon*. Tanto del que aparece en un solo acto, como el secuencial, que sin palabras o con ellas (leyendas o globos de dialogo) contiene un comentario.

Figura 16. Ilustración – Chiste Gráfico Editorial.



d) Caricatura

Esteban Morán Torres en su libro “Género de Periodismo de Opinión” lo considera, un género de opinión. Es el un dibujo de la cara o del cuerpo entero de una persona bien conocida, con sus rasgos principales exagerados, expresando especiales características de sus actitudes o de su conducta.

La caricatura, casi siempre se la representa como una figura sola, habla por sí misma en un monólogo visual, pero también puede incluir aditamentos con propósitos expresivos o de opinión.

Figura 17. Ilustración – Caricatura



SÍMBOLOS, ÍCONOS Y EMBLEMAS

Es la representación de objetos, cosas, personas, animales, profesiones, deportes, conductas, religiones, etc., por medio de siluetas, dibujos o figuras, que representan *erga omnes*, lo que significan. Apelan a un lenguaje que es ya generalmente conocido por el público. Los símbolos son generalmente no figurativos, producto de una convención, mientras que los íconos son analógicos.

Figura 18. Ícono.



En la medida en que la iconicidad crece, disminuye la simbología y la abstracción, de modo que, a mayor abstracción de la realidad, habrá menor iconicidad y mayor simbolismo.

Figura 19. Símbolo.



Para que haya iconicidad basta el más rudimentario esquema de la cosa representada, mientras conserve la naturaleza eficaz del prototipo.

a) Pictogramas

Es la representación ideográfica de objetos o ideas mediante signos. Se trata generalmente de analogías figurativas, y no hay correspondencias establecidas en el plano, sino entre el plano y el lector. La correspondencia es, por tanto exterior al gráfico.

Hay signos, cuyo origen es el comic, que han trascendido ese lenguaje, pasando a ser Pictogramas Universales: el lenguaje de los globos de diálogo (burbujas/pensamiento), escalonado (comunicación telefónica), la lamparilla de idea, ver las estrellas, estar mareado, insultos, roncar como sierra.

Figura 20. Pictograma.



b) Logotipo

Es la representación gráfica emblemática de un ente abstracto, de tal modo que el lector identifica plenamente ese símbolo con lo que representa (acontecimiento, marca, partido político, país, etc.)

Figura 21. Logotipo



c) Isotipo

Es la traducción de la Sigla Inglesa ISOTYPE: International System Of Typographic Picture Education. El sistema ideado por Otto Neurath, intentaba producir una serie de símbolos que fueran entendidos por todas las personas.

A veces se utiliza este nombre para designar al Logotipo, sin tener en cuenta que por su mismo origen un Isotipo jamás incluirá palabras fonéticas.

Figura 22. Isotipo. **Figura 23.** Isotipo.



Así, en una marca comercial el Logotipo podría ser el nombre con su tipografía característica junto con el símbolo, y el Isotipo sólo el símbolo que para todo el mundo significa esa marca.

d) Grafismo

También se los llama mancheta y logotipo. Se utilizan para identificar el tema de una historia, una sucesión de historias sobre el mismo tema, distintos aspectos de una misma noticia o la sucesión en distintos días de un mismo acontecimiento.

Figura 24. Grafismo



e) Banderas

Es la representación visual, originalmente en soporte tejido, de una institución, país, Familia, etc. Las de los países constituyen, por ser conocidas, un recurso de información visual de primer orden.

Figura 25.Bandera.



Figura 26.Bandera.



f) Escudos

Es el Signo de reconocimiento transmisible por vía hereditaria (blasón), característico de una colectividad (escudo), genealógica (blasón), funcionalidad (emblema), territorial (escudo de una nación). Es la expresión emblemática de gran simbolismo.

Figura 27.Escudos



Figura 28.Escudos



Se diferencia del logotipo en la dignidad de su origen y en su código de significaciones, que es la heráldica. Representa personas, familias (blasones) e instituciones.

Igual que en el caso de las banderas, los escudos de los países, clubes y organizaciones, por ser más conocidos por el público, son muy utilizados en el Periodismo Visual.

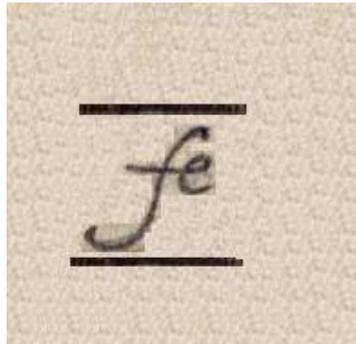
g) Sellos, Marcas y Cuños

Son las representaciones visuales de personas e instituciones. Se diferencian entre ellos por el soporte original; papel o pergamino para los sellos; el ganado, las marcas, metales para los cuños etc.

Figura 29. Sellos



Figura 30.Sellos.

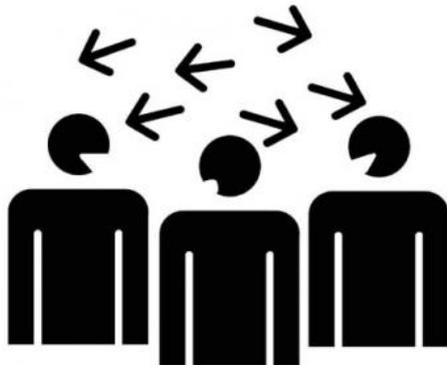


h) Flechas

Uno de los signos más universalmente comprendidos, esto es a la vez una ventaja y desventaja, porque la flecha significa demasiadas cosas. Poca gente puede usar una flecha simbólicamente, dándole el mismo sentido; ella denota velocidad, hacia adelante, arriba, abajo, a través, el futuro, la historia, fuera de alcance, lanzar hacia adelante o atrás, atacar, éxito o fracaso de la economía, empujar.

La gama de sentidos que se pueden atribuir a este símbolo es amplísima, dependiendo siempre de los códigos semióticos que compongan su entorno.

Figura 31.Flechas



CÓMICS

a) Tira Cómica o Historietas

Son historias secuenciales dibujadas, con gran contenido escénico y según códigos cinematográficos. Valentín Samaniego, hace hincapié en lo literario y los llama 'auténtica literatura visualizable'.

Los cómics comenzaron a publicarse de modo simultáneo en ediciones especializadas y en los suplementos infantiles de los periódicos.

Figura 32. Tira Cómica o Historieta.



b) Cómic informativo

Es una adaptación del lenguaje del cómic a la información de los hechos reales.

La han empleado algunos periódicos y también se han editado hechos monográficos sobre acontecimientos históricos determinados. El efecto es notablemente narrativo y escénico.

Figura 33. Cómic Informativo



LOS INFOGRÁFICOS (O INFOGRAMAS)

En Ecuador, la utilización de la herramienta Infográfica, ha avanzado rápidamente en los medios de comunicación impresos, teniendo gran aceptación en los lectores,

ya que su combinación de imágenes sintéticas y textos procuran comunicar información de manera visual facilitando a su vez la transmisión del mensaje de manera secuencial.

Esta característica de la infografía de combinar recursos iconográficos, imágenes, con fragmentos textuales se constituye en una herramienta que con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación, gestadas dentro de nuestra cultura eminentemente visual e impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet, hace que la prensa escrita se vea en la necesidad de utilizar herramientas que impulsen la lectura de la información, debido a la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público que va perdiendo el hábito de la lectura.

La infografía, debido a su carácter informacional y didáctico, acerca al lector con mayor sencillez a la información, por medio de imágenes que se fusionan al texto.

Tipos de Infografía

Según Gonzalo Peltzer, en su libro *Periodismo Iconográfico*, determina los siguientes tipos de infografía: **Vista, Gráficos explicativos y de Reportaje**, cada uno de ellos a su vez tiene su subdivisión.

A) INFOGRÁFICOS DE VISTA

La representación de este infográfico es esencialmente explícito, ya que todos los elementos reales están puestos exactamente en su sitio.

Figura 34. Infográfico de Vista.



Con todo detalle y proporción, también puede acompañarse de leyendas y números explicativos. Puede constituir en un aspecto oculto de la cosa, o en cortes (disección), o en el descubrimiento de un organismo.

Las Infografías tipo Vista se subdividen en Plano, Corte, Perspectiva y Panorama.

a) Plano

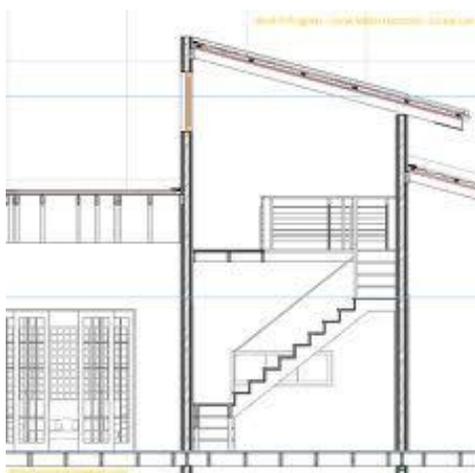
Es la representación gráfica en una superficie de un terreno o de la planta de un campamento, plaza, etc.

Figura 35.Infográfico Plano.



b) Corte:Es la vista del interior de un cuerpo. Los cortes a su vez pueden ser de tipo longitudinal, transversal o tridimensional.

Figura 36.Infográfico Corte.



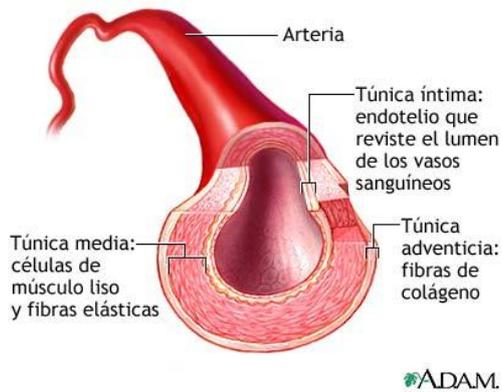
- Corte Longitudinal: Sección a lo largo del elemento.

Figura 37. Infográficos Corte Longitudinal



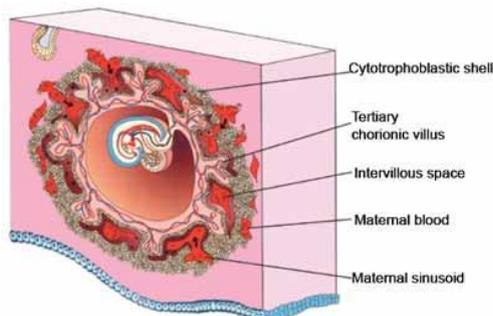
- Corte Transversal: A través del objeto, de lado a lado.

Figura 38. Infográficos Corte Transversal.



- Corte Tridimensional: Vista del interior de un cuerpo según sus tres dimensiones.

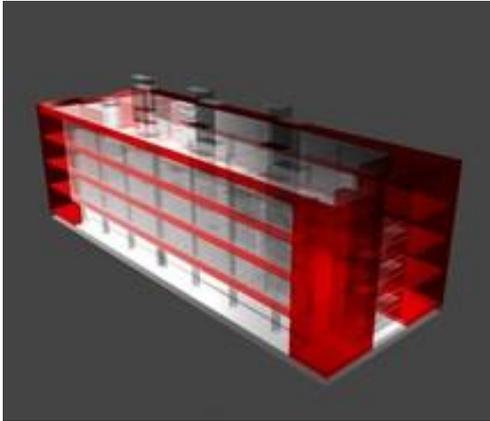
Figura 39. Infográfico Corte Tridimensional.



c) Perspectiva

Es la representación de los objetos en tres dimensiones.

Figura 40.Infográfico Perspectiva.



d) Panorama

Vista de un horizonte muy dilatado, como si se lo estuviera viendo pintado dentro de un cilindro hueco.

Figura 41.Infográfico Panorama.



B) GRÁFICOS EXPLICATIVOS

Este tipo de Infografía, Gráficos explicativos, se subdividen en: Gráficos explicativos De Causa-efecto, Retrospectivo, Anticipativo, Paso a paso y Flujo.

a) De Causa-efecto:

Es el gráfico que explica la causa y el efecto de un hecho determinado.

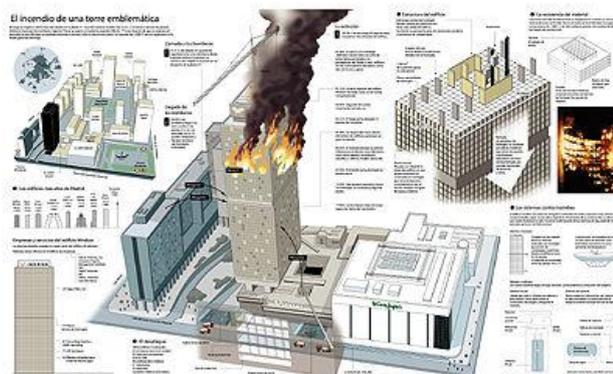
Figura 42. Infográfico de Causa-Efecto.



b) Retrospectivo

Es un Dibujo en tiempo pretérito, porque explica lo relativo a lo que ocurrió, como ocurrió, dónde, cuándo, etc., y con una clarificación – también gráfica- de las consecuencias de esos hechos.

Figura 43. Infográfico Retrospectivo.



c) Anticipativo

Anticipándose a la realización de un hecho del que se conocen detalles que inevitablemente ocurrirán (una boda real, el alunizaje de una capsula espacial o una final olímpica). Este tipo de gráfico intenta poner al lector frente a las imágenes de la

TV, proveyéndole detallada información sobre las personas, posiciones, procedimientos y secuencias.

Figura 44. Infográfico Anticipativo.



d) Paso a paso

Expresa las etapas y secuencia de un proceso dado, como los cuadros de una película.

Figura 45. Infográfico Paso a paso.



e) Flujo

Es un dibujo que describe las conexiones y los pasos de un proceso o de una serie de procedimientos, como por ejemplo el plano de una fábrica con el proceso de fabricación de un producto determinado.

Figura 46. Infográfico de Flujo.



C) REPORTAJE:

Es el relato informativo visual de un hecho o acontecimiento. La designación del reportaje es de Edwin Taylor.

Figura 47. Infográfico Reportaje.



El nombre es válido en castellano, ya que dado su carácter narrativo, se aparta de la estricta y pretendidamente aséptica información. Puede realizarse una infografía de reportaje realista o simulado.

a) Realista

Busca representar los hechos, personas o cosas, tal como las vio el autor. Es típico de las informaciones sobre las audiencias judiciales en las que no se permite la entrada a fotógrafos.

Figura 48. Infográfico Realista.



b) Simulado

Busca representar los hechos, personas o cosas, tal como se imagina el autor que ocurrió, intentando adecuarse todo lo posible a los datos sobre la realidad a partir de los datos que se conocen.

Figura 49. Infográficos Simulado.



PARTES DE LA INFOGRAFIA

Antes de conocer sobre el diseño de una infografía debemos tomar en consideración aspectos como:

El diseño de la infografía debe ser sencillo, completo, bien estructurado y adecuado a la información que presentará. Hay que realizar bocetos previos en el cual se presenten diferentes posibilidades. El cuadro gráfico debe ser ético, en su propósito de mostrar un contenido objetivo y veraz, acorde con la realidad del hecho. Hay que ser sencillo y económico en el uso de los elementos que componen la infografía, no recargarlo de elementos visuales, con la finalidad de no llegar a distorsionar la información.

La proporción debe ser la correcta entre imagen y texto, es bueno que exista contraste en el color de las formas tipográficas e imágenes y el fondo, para que no se confundan. Puede usar la perspectiva ya que esta otorga atractivo al cuadro infográfico, especialmente si se decide utilizar mapas en el diseño. La utilización de un gráfico es muy útil cuando el artículo, tema o contenido presenta información numérica y el lector se puede perder al leer las cifras del contenido. En tanto que para dar a conocer un lugar resulta más apropiado, por ejemplo, colocar un mapa que estar describiendo con palabras la ubicación del mismo.

También tenemos infografías digitales que son más dinámicas, por lo tanto más atractivas. Los efectos de las animaciones no deben ser excesivos. Hoy vivimos en un mundo tridimensional, en el que se combina imagen, color sonido y movimiento (multimedia).

Previo al momento de descomponer una noticia, el periodista debe reconocer con claridad cuáles son sus partes fundamentales:

- Título
- Texto
- Cuerpo
- Fuente

- Crédito
- Secuencia de gráficos e imágenes.

Figura 50. Partes de Infografía



EL TÍTULO

El título es la primera prueba de que estamos ante una suerte de unidad informativa, con categoría propia y autónoma para ello debe ser directo y sintetizar el contenido de la infografía, puede venir acompañado de un subtítulo.

Debe ser directo y sintetizar el contenido de la infografía. Puede ir acompañado de un subtítulo.

Figura 51. Título

La nueva ley del tabaco

EL TEXTO

Para suministrar al lector toda la explicación necesaria y que a su vez sea comprensible el texto debe ser conciso, breve.

Figura 52. Texto

● De la publicidad de tabaco, salvo en los recintos internos donde se venda el producto, en cuyo caso se permitirá un aviso de 2 metros por 1, que incluya la respectiva advertencia del daño que produce.

En ocasiones, los textos se pueden presentar numerados, de acuerdo al tipo de infografía, con la idea de servir como guía para la lectura del mensaje icónico-verbal. Su redacción ha de ser lo más concisa posible.

EL CUERPO

El cuerpo de información viene a ser la esencia misma de la infografía, la información visual propiamente dicha, la cual necesita información tipográfica explicativa, que normalmente va en etiquetas o bocadillos, estos no emplean los contornos redondeados o “globos” que envuelven los textos de los comics, proporcionan la información explicativa.

El texto debe ser breve, la redacción ha de ser lo más sucinta posible. Algunas infografías pueden incluir líneas de tiempo.

Figura 53. Cuerpo.



LA FUENTE

Indica de dónde se obtuvo la información que se presenta en la infografía y es muy importante, toda vez que señala el origen de la misma.

EL CRÉDITO

Aquí se nombra al autor o autores, tanto de la investigación documental como de la configuración, es decir, investigadores, diseñadores y, en algunos casos, los nombres de los redactores que proveen la información para hacer la infografía.

Hay periódicos y revistas que nombran como crédito el propio nombre de la publicación y en otros se ve el nombre de la persona concreta, del infógrafo. La Fuente y el crédito van siempre en una parte discreta de la infografía, en un margen, utilizan una tipografía que no excede de los siete puntos y se ubican en un lugar que no distraigan la atención de lector.

Figura 54.Crédito



SECUENCIA DE GRÁFICOS E IMÁGENES

Las imágenes y gráficos, se utilizan generalmente de manera unitaria, ocasionalmente en series o grupos y deben estar ancladas al texto informativo.

Al organizar las imágenes o gráficos en la composición debe haber unidad, estar dispuestos de manera coherente, con una secuencia que induzca hacia la lectura.

FINALIDAD DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA

La finalidad fundamental de la infografía es informar, dar respuesta, en lo posible, a determinadas preguntas: quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué ocurrió el hecho. Aún cuando acompañe un mensaje escrito, la infografía tiene sentido por sí misma. Se constituye una unidad informativa, uno de los requisitos para que podamos catalogar a un trabajo de género periodístico.

La infografía dice y muestra la información suficiente para que se pueda comprender un hecho sin necesidad de otros soportes textuales fuera de su marco o de sus límites gráficos. Sí se hace preciso que dentro de ella sí es indispensable que aparezca la información visual y escrita precisa que permita ubicar al acontecimiento en el tiempo y en el espacio.

Características más importantes de la Infografía

¹³1.- Tiene que dar significado a una información ¿Cómo? La infografía debe destacar lo más importante de los acontecimientos, aportando la actualidad suficiente y proporcionar una sensación visual agradable.

2.- Debe servir de elemento coadyuvante a la comprensión, por parte del lector, del suceso acontecido, mediante explicaciones y detalles con la finalidad de ampliar y precisar sus conocimientos.

3.- Tiene que realizar funciones de síntesis o complemento de la información escrita, para la cual un dibujo o un gráfico permiten resumir lo más esencial.

4.- Es una forma de atraer la atención del lector, si la estética es adecuada, la iconografía reconocible, la tipografía familiar, para una fácil comprensión y con un tamaño apropiado.

¿Como ayuda a la comprensión de la Noticia una Infografía?

Una infografía puede poseer entidad y valor suficiente como para que ella sola contenga la información completa que el lector necesita. Normalmente, las infografías han sido el resumen, complemento gráfico y didáctico de la noticia escrita.

¹³MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. *La infografía un instrumento para el análisis*. <http://www.uhu.es/cine.educacion/periodico/12infografiaperiodico.htm> Extraído el 6 de Noviembre del 2010.

Con frecuencia se pueden ya encontrar en periódicos y revistas, infografías que son ellas mismas la noticia completa. El mapa del tiempo, por ejemplo, tiene los elementos necesarios como para que no sea imprescindible leer el texto.

Diariamente, representadas en infografías, se tratan en los periódicos hechos o situaciones, como por ejemplo, conflictos internacionales, investigación científica o noticias de interés y actualidad inmediata u otras que perduran una temporada o años, como paros, aspectos de economía nacional o internacional, ciencia, el tiempo, deportes, etc. El tratamiento de todo tipo de información en una infografía, se constituye en una estrategia de trabajo para el periodista, que quiere informar o crear opinión, que permite al lector interiorizarse de los hechos que suceden y pueden servir de fundamento para cualquier investigación, de allí uno de los factores que contribuyen al carácter didáctico de esta herramienta.

¿Porque la Infografía motiva a la Lectura?

¿Cuando lees un periódico, te has dado cuenta que en lo primero que fijas tu mirada es en las fotografías y en las ilustraciones de la página? Eso le pasa a la mayoría de los lectores de prensa y es consecuencia de la cultura visual que predomina en nuestra sociedad moderna.

Si se realiza una buena selección y un tratamiento adecuado de la información gráfica, se conseguirá mejorar el diseño de la publicación y un mensaje mucho más atractivo. Se capta mejor la atención del lector. La información gráfica sintetiza el contenido de una información periodística, ofrece al lector elementos evidentes de la autenticidad y tiene un gran poder de convicción.

¹⁴La Infografía es un gancho mas para motivar a leer un texto, promoviendo de esta manera la lectura. El lector es captado por los dibujos, los gráficos o los mapas, y si necesita mayor cantidad de datos lee lo escrito.

¹⁴Ibíd.

La labor didáctica de la infografía se encuentra en su propia capacidad de generar necesidades informativas, de completar referencias, relaciones y nuevas circunstancias para entender con más claridad la complejidad de una noticia.

La información numérica, del tiempo, estadística y muchas otras serán más efectivas siendo ilustradas que mediante el puro uso de texto, otorgan mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser combinadas convenientemente con textos y fotografías para maximizar la comprensión de la información.

¿Cuáles son las características de vanguardia que hacen que la imagen visual de un medio impreso sea atractivo para el lector?

Sabemos que al leer un periódico el lector fija su mirada en las fotografías y en las ilustraciones, esto es consecuencia de la cultura visual que predomina en nuestra sociedad moderna. Es así que cuando el medio a través de su infografista realiza una buena selección y un tratamiento adecuado de la información gráfica, conseguirá mejorar el diseño de la publicación y presentará un mensaje mucho más atractivo captando así la atención del lector.

La información gráfica sintetiza el contenido de una información periodística, ofrece al lector elementos evidentes de la autenticidad y tiene un gran poder de convicción, todo esto además genera que el diseño gráfico de la página donde consta la infografía presente una diagramación más moderna y acorde a las necesidades de la época.

Es notable la aportación informativa que hace la infografía de prensa, mediante la utilización de elementos icónicos, tipografía, textos sucintos, etc., al hacer más comprensible las noticias ya que resalta los aspectos más significativos del hecho informativo sin llegar a cansar al lector por tener que leer grandes textos de información.

La infografía al traer explícito el uso de imágenes o gráficos, con una estética adecuada, proporciona una sensación visual muy agradable que ayuda a que la página en donde está impresa sea más atractiva para el lector.

El elaborar la infografía con una iconografía reconocible, tipografía familiar, para una fácil comprensión y con un tamaño, colores y diseño apropiados contribuyen a mejorar el aspecto estético de diseño de la página del periódico.

Desde el punto de vista informativo, los géneros visuales, proporcionan algo que las fotografías no pueden dar: Por ejemplo, si quiere explicar la estrategia de un equipo de fútbol, el recorrido de llegada de una celebridad, el desarrollo de un atentado terrorista, etc, textualmente sería más complicado que utilizando la infografía y en el caso de utilizar fotografía quizá la información corre el riesgo de quedar fuera de contexto. Fotografía y gráficos sí contribuyen a la presentación estética con mayor poder de contemplación para el lector y esto le sirve de enganche para continuar con la lectura de la información y potenciar hacia el hábito de la lectura, que en nuestra sociedad, eminentemente visual, se está perdiendo.

A través de los infográficos se pueden obtener efectos ópticos que dan sensación de relieve aún cuando éste no exista, si aplica textos sobreimpresos o fundidos dentro de una imagen, ellos pueden simular un gráfico. Utilizar un dibujo que recrea a personajes históricos puede resultar más eficaz que el obtenido mediante fotos. Los programas electrónicos, como Illustrator, Photoshop u otros, se utilizan en la realización de infografías, pero requieren un conocimiento previo de las técnicas de dibujo digital, por ello el diseñador gráfico o infografista, (o comunicador social especializado en la materia) es la persona idónea para dibujarla.

FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación construyen nuevas realidades sociales y comunicativas, es así como esta nueva sociedad del conocimiento y la información obliga a los medios de comunicación a rediseñar sus esquemas y estrategias para presentar la información y que ella esté adecuada a las exigencias de esta nueva sociedad.

La infografía periodística, como género visual del periodismo, es producto de un diseño gráfico y del trabajo interdisciplinar entre el periodista literario y gráfico, el

infografista (puede ser diseñador gráfico o periodista especializado como infografista) y el redactor. Consta de información textual (algunos autores hablan de elementos tipográficos) como icónica y necesita de la utilización de software de informática para su realización, habiendo infografías de tipo fija, que las encontramos en los medios impresos y de tipo digital, en medios de comunicación digitales.

Puede poseer entidad y significación suficiente que permite que por sí sola contenga la información completa que el lector necesita, básicamente, una síntesis textual añadido a elementos icónicos que complementan la información. José Luis Valero Sancho le atribuye dos rasgos esenciales, en primera instancia constituye una aportación útil (*utilidad*) a la comunicación de informaciones en la prensa escrita o impresa y el carácter de *visualidad*.

Su característica de utilidad deriva de su grado de *significación* (destaca lo más importante de los acontecimientos, acciones o cosas tratados en su momento, cuyo contenido informativo tiene que ver de alguna manera con el lector), *información* (permite al lector adquirir o ampliar los conocimientos) y *funcionalidad* (la infografía debe cumplir la función de servir al lector sea resumiendo o sintetizando, ampliando, sustituyendo o complementando al texto de la información).

Su característica de *visualidad* se da en el momento que la información expuesta en la infografía se explica mejor debido a la presencia de sus elementos icónicos y textuales o tipográficos. Es necesario tomar en consideración, como comunicadores sociales, además de la fundamentación filosófica o científica de la herramienta infográfica, destacar la Ética, como parte de la filosofía que orienta, guía al periodista a determinar que es correcto y que no es correcto, para imponernos una responsabilidad que sólo podremos ser capaces de vivirla si poseemos una idea de la esencia de la moralidad y sobre todo una conciencia proba.

El boliviano Juan Eduardo Araos Chaparro, en su libro *Los dilemas éticos en el ejercicio del periodismo. (Memoria Profesional de Comunicación Social). (2002)*, en

su definición de ética periodística expresa, son “Aquel conjunto de valores y normas que rige al periodismo y que brinda pautas para que el periodista realice su trabajo diario considerando los pilares fundamentales de la profesión”

FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA: LA INFOGRAFÍA COMO RECURSO DIDÁCTICO

El desarrollo de las NTIC'S o nuevas tecnologías de la información y la comunicación han obligado a los medios de prensa a crear formas de presentar la información y la utilización de la herramienta infográfica ha servido de medio para presentar la información acorde a las exigencias del lector de esta época posmoderna, así mismo se ha trasladado su uso al ámbito cotidiano del aula, en donde se la utiliza como herramienta que permite optimizar los procesos de enseñanza.

La Infografía es una herramienta que permite la producción de nuevos parámetros que permite optimizar y agilizar los procesos de comprensión basándose en una menor cantidad y una mayor precisión de la información, anclada en la imagen y el texto. El uso de las Tic's imponen verdaderos desafíos a la educación, ya que brinda las herramientas necesarias para que los estudiantes dispongan de habilidades y competencias necesarias para obtener y seleccionar información, resolver problemas, tomar decisiones, ser creativo, etc.

Utilizada en formatos estáticos o animados, impresos o digitales integrando elementos multimedia y a menudo de carácter interactivo, las infografías brindan un sinnúmero de posibilidades de explotación didáctica.

Puede constituirse en elemento que aporta información y ser un elemento didáctico para la expresión oral y escrita en el aprendizaje de lenguas, facilitar la comprensión de los contenidos curriculares, estimular visualmente para potenciar el repaso o la ampliación de conocimientos, como técnica que motive el conocimiento de la actualidad o bien vehículo de expresión y creatividad utilizando las nuevas tecnologías para producirla.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LA LEY DE COMUNICACIÓN

“Un Estado, cualquiera que fuere la naturaleza de su origen y la línea en su proceder, jamás trascendería si no lograra acaparar y contar con la colaboración de la Ley como su aliada”.

I) INTRODUCCIÓN

El Estado Constitucional de derechos y Justicia, jamás podrá lograr la consecución de sus fines sin leyes que acerquen los preceptos constitucionales a la realidad social temporal y espacial, más aun ahora que hemos vivido un cambio de esquema constitucional y ha sucedido la aprobación de nuevas teorías y versiones jurídicas para el ejercicio y goce de los derechos fundamentales.

Así pues la Constitución ecuatoriana se muestra como garantista y progresista en el reconocimiento y aplicación de los derechos, esto se pone en evidencia y se comprueba mediante la lectura del Art. 11 numeral tercero, de la Constitución de la República del Ecuador:

La propiedad social de los contenidos, es decir de la información noticiosa que nace de los hechos sociales, por lo tanto es la sociedad en pleno y no segmentada la que posee el título de propiedad y autoría de aquellas noticias nacidas de las Informaciones de interés general.

Sin embargo es fundamental distinguir la línea frágil que existe entre el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la privacidad, ambos derechos humanos, ambos de jerarquía igual; por ello el uno no puede vulnerar al otro.

DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

Artículo 19: Derecho a recibir informaciones y opiniones

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir

informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

PACTO INTERNACIONAL DE DERECHOS CIVILES Y POLÍTICOS

Artículo 19.2: Libertad de expresión

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

CONVENIO EUROPEO PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS Y DE LAS LIBERTADES FUNDAMENTALES.

Artículo 10.1: Libertad de recibir o comunicar informaciones o ideas

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas, sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras.

DERECHO ECUATORIANO: COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Art. 16.

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17

El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas.

No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley.

En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

MEDIO DE COMUNICACIÓN

Proviene de la voz latín *medius*, lo que en este está entre dos cosas, en el centro de algo o entre dos extremos. Es considerado un instrumento o forma de contenido mediante el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación.

MEDIO IMPRESO

Instrumento antiguo de transmisión de conocimientos o información, comprenden desde diarios hasta revistas semanales, desde periódicos noticiosos hasta publicaciones para intereses especiales y de lo más diferentes.

ACCESO A LA INFORMACIÓN

Es el acceso que puede ejercer cualquier individuo, a la documentación integrada por expedientes públicos, minutas de reuniones, correspondencia, dictámenes técnicos, estudios científicos o a cualquier documentación financiada por los presupuestos del estado.

METODO CLICHÉ

Es una técnica de impresión en relieve, fue inventado en 1905, en Francia. Como técnica de impresión es usado para imprimir envases, desde cajas de cartón corrugado, películas o films de plásticos (polietileno, polipropileno, poliéster, etc.) bolsas de plástico y papel, servilletas, papeles higiénicos, cartoncillos plegadizos, periódicos, etc.

MÉTODO OFFSET

Desarrollado por Ira Rubel, la impresión offset, es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre papel o materiales similares y consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica, compuesta generalmente de una aleación de aluminio.

FOTOGRAFIA

La Fotografía, considerada ciencia arte mediante la cual se puede obtener imágenes duraderas por la acción de la luz.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

El escaso uso de la Infografía periodística incide en el acceso a la información compleja (aspecto informacional, didáctico y educativo de la Infografía) y se priva de potenciar al público lector hacia el hábito de la lectura, además de afectar la imagen visual y el diseño vanguardista que deberían tener los medios impresos periodísticos de la ciudad Milagro (*Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertar Informativo*) para ir a la par con las exigencias del público y ciudadanía en general. Julio-Diciembre del 2010.

2.3.2 Hipótesis Particulares

- El público lector pierde el uso informacional, didáctico y educativo que la infografía le prestaría al contar, los medios impresos en estudio, en sus ediciones con este género visual del periodismo iconográfico.
- La imagen visual, que debería ser vanguardista, de los medios impresos en estudio, se ve mermada al no utilizar la infografía en sus ediciones.

2.3.3 Declaración de Variables

Variable Independiente

El escaso uso de la Infografía periodística.

Variable dependiente

Incide en el acceso a la información compleja (aspecto informacional, didáctico y educativo de la Infografía) y se priva de potenciar al público lector hacia el hábito de la lectura, además de afectar la imagen visual y el diseño vanguardista que deberían tener los medios impresos periodísticos del cantón Milagro (*Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertad Informativo*) para ir a la par con las exigencias del público y ciudadanía en general. Julio-Diciembre del 2010.

2.3.4 Operacionalización de las Variables

Variable Independiente

El escaso uso de la Infografía periodística.

Variable empírica de la variable independiente

Uso de la infografía.

Indicadores para medir la variable empírica de la variable independiente

Tipo de géneros periodísticos.

Preguntas para medir los indicadores

¿Qué tipo de género periodístico se debe utilizar para informar y educar al lector, potenciarlo hacia el hábito de la lectura y mejorar la imagen visual del medio impreso?

Variable dependiente

Incide en el acceso a la información compleja (aspecto informacional, didáctico y educativo de la Infografía) y se priva de potenciar al público lector hacia el hábito de la lectura, además de afectar la imagen visual y el diseño vanguardista que deberían tener los medios impresos periodísticos del cantón Milagro (*Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertar Informativo*) para ir a la par con las exigencias del público y ciudadanía en general.

Variable empírica de la variable dependiente

Didáctica de la infografía.

Aspecto informacional y educativo de la infografía.

Imagen visual del medio de prensa.

Hábito de la lectura.

Indicadores para medir la variable empírica de la variable independiente

Criterios que determinan que la infografía es un recurso didáctico, educativo e informacional.

Características de la imagen visual de un medio que utiliza la infografía como herramienta.

Criterios que establecen que la infografía potencia hacia el hábito de la lectura.

Preguntas para medir los indicadores

¿Cuáles son los criterios que determinan que la infografía es un recurso didáctico, educativo e informacional?

¿Cuáles son las características de vanguardia que hacen que la imagen visual de un medio impreso sea atractivo para el lector?

¿Cuáles son los criterios que establecen que la infografía potencia hacia el hábito de la lectura?

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

A través del presente proyecto de Investigación Pura se ha tratado de buscar el conocimiento por el conocimiento mismo, más allá de sus posibles aplicaciones prácticas. Contribuyendo, a través de su objetivo, a ampliar y profundizar cada vez nuestro saber de la realidad del entorno físico y socio cultural que nos rodea, en cuanto a comunicación corresponde y, pretender construir un saber científico, cuyo propósito será el de obtener generalizaciones cada vez mayores; hipótesis, leyes, teorías acerca del manejo de la infografía periodística.

El proyecto realizado tiene algunas características implícitas en su desarrollo que describimos a continuación:

Como ya se expresó anteriormente el proyecto de investigación según su finalidad es del tipo “Investigación Pura”.

Según su objetivo gnoseológico: Es de tipo exploratoria, el presente estudio se realiza con el objetivo de examinar un problema o aspecto de la realidad que aún está poco estudiado, siendo real la inexistencia de estudios acerca de la temática del proyecto.

Descriptiva porque busca especificar propiedades o características de comunidades, grupos o personas, midiendo y evaluando dichas propiedades en base a la utilización de variables que hacen referencia a dimensiones del fenómeno estudiado, los lectores

y personas del medio comunicacional que nos van a servir de vía para establecer conclusiones.

Correlacional-causal, ya que trabaja con variables causa efecto.

Según su contexto: De campo, dado a través de la implementación de observaciones, encuestas y entrevistas.

Según el control de las variables: No experimental, fundamentada en la observación científica, es decir en la observación basada en presupuestos teóricos, guiada por objetivos claros y que utiliza técnicas para registrar los fenómenos tal como estos se producen en su contexto natural.

Según la orientación temporal es transversal.

El diseño de la Investigación es de tipo integrativo ya que utiliza procesos que forman parte del desarrollo de un diseño cuantitativo de tipo no experimental y del diseño cualitativo de investigación, dado que a través de la búsqueda de significados se busca construir teorías basadas en métodos, más que nada, lo inductivo, sin dejar de utilizar lo deductivo, sintético, analítico, etc., expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como lo visual descriptivo, vinculando de manera coherente los datos y las teorías, finalmente interpretar resultados y emitir conclusiones y posible soluciones y recomendaciones.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población hacia la cual está dirigida las encuestas que ayuden a resolver el problema de investigación es el público lector de los periódicos en estudio como son Semanario Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertar informativo, hay que destacar que la edad del lector en nuestra ciudad en más de la mitad superan los 45 años; la mayoría son varones y cabeza de familia, esto es a grosso modo de acuerdo a las encuestas realizadas en el diseño de la investigación.

Las entrevistas se realizarán a personajes del medio que tienen conocimiento sobre la temática investigada y a los dueños o administradores de los medios impresos en estudio.

3.2.2 Delimitación de la población

Los cuestionarios de las encuestas y entrevistas van a estar en relación a las variables de investigación; las encuestas se las hará al público lector de nuestra ciudad, establecida dentro de una población finita, y las entrevistas a personajes del medio periodístico y a los dueños o administradores de los cuatro periódicos en estudio, Semanario Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertar informativo.

3.2.3 Tipo de muestra

La muestra es de tipo no probabilística ya que se va a seleccionar a personas que lean los periódicos en estudio. Las encuestas y entrevistas van a estar dirigidas específicamente a personas que tienen que ver con la temática en estudio y en especial con el desarrollo de las variables de investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para realizar las encuestas, a una población que en nuestro caso es finita, utilizaremos la Fórmula 2, que es la que se utiliza cuando la población es finita y se conoce con certeza su tamaño:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Donde:

n: Tamaño de la Muestra.

N: Tamaño de la Población(**1000 personas**)

p: Posibilidad de que ocurra un evento, **p = 0,5**

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, **q = 0,5**

E: Error, se considera el 5%; **E = 0,05**

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, **Z = 1,9**

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$

$$n = \frac{1000 (0,5) (0,5)}{\frac{(1000 - 1) (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,05) (0,05)}$$

$$n = \frac{1000 (0,25)}{\frac{999 (0,0025)}{3,8416} + 0,0025}$$

$$n = \frac{1000 (0,25)}{\frac{(2,4975)}{3,8416} + 0,0025}$$

$$n = \frac{1000 (0,25)}{0,6501 + 0,0025}$$

$$n = \frac{1000 (0,25)}{0,6526}$$

$$n = \frac{250}{0,6526}$$

$$n = 163,15$$

$$n = 163 \text{ Personas}$$

Se determina que la muestra es de 163 personas/lectores que serán encuestados.

3.2.5 Proceso de selección

La muestra no es probabilística, se puede escoger:

- Una muestra de sujetos voluntarios: los lectores de los periódicos en estudio.
- Una muestra de sujetos expertos en la temática investigada: esto es para las entrevistas a personajes que conocen sobre la temática.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos seleccionados para el cumplimiento de las tareas de investigación son los métodos teóricos y los empíricos, utilizaremos los métodos teóricos para procesar la información teórica y la obtenida por la aplicación de los métodos empíricos. Los siguientes son los métodos a utilizar.

- Histórico-lógico.
- Analítico-sintético.

- Inductivo-deductivo.
- Hipotético-deductivo.

Los métodos empíricos que se utilizan para obtener información, se clasifican en fundamentales y complementarios.

Utilizaremos un método empírico fundamental como la Observación para realizar nuestro análisis descriptivo visual de los periódicos en estudio para determinar si existe o no la infografía publicada en el periódico.

Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación:

La encuesta es un instrumento de investigación que nos va a permitir obtener información representativa de un grupo de personas, en este caso los lectores de los periódicos más leídos de nuestra ciudad, como son Semanario Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Semanario El Despertad Informativo, quienes van a contestar preguntas que tienen que ver con el estudio de las variables de nuestra investigación.

Las entrevistas a través de su cuestionario, que como base de ellas, tratará de dilucidar la problemática en estudio mediante la información, que en calidad de respuesta emitan, en primer lugar los personajes ligados a los medios de comunicación y en segundo lugar de propietarios y personas que administran los periódicos en estudio. El criterio que emitan los expertos, en base a las entrevistas se convertirá en guía para conocer más acerca del problema de investigación.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

El tratamiento estadístico de la información lo haremos utilizando el programa de Microsoft Excel el que nos permitirá tabular y procesar la información, que posteriormente debemos analizar e interpretar sus resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

ANÁLISIS VISUAL DESCRIPTIVO

Se realizó un análisis visual y descriptivo¹⁵ de los medios de prensa escrita, (periódicos) de la ciudad de Milagro, para determinar si utilizan la Infografía, como género visual del Periodismo Iconográfico, teniendo como resultado lo siguiente:

En primer lugar vamos a describir el número de periódicos analizados y el nombre de los mismos.

Cuadro 10. Número de periódicos analizados.

N.	NOMBRE DE PERIÓDICOS ANALIZADOS	CANTIDAD
1	Prensa La Verdad	13
2	Diario El Nacional	10
3	Semanario El Regional	7
4	El Despertad Informativo	2
	TOTAL	32

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

¹⁵ El análisis visual parte de la observación de las unidades de periódicos en estudio para luego proceder a analizar y describir los resultados de esa visualización. La visualización estuvo determinada por un criterio específico que es el de la evidencia visual o no, de la presencia de la infografía en el medio impreso o periódico en estudio.

De los 32 periódicos analizados tenemos que:

- 13 unidades fueron del Semanario Prensa La Verdad,
- 10 unidades del Diario El Nacional,
- 7 unidades de Semanario El Regional y
- unidades de Semanario El Despertad Informativo.

Los datos de los periódicos analizados corresponden a los meses de: Junio a Septiembre del 2010. A continuación tenemos en porcentajes los periódicos analizados.

Cuadro 11. Porcentaje de periódicos analizados.

N.	NOMBRE DE PERIÓDICOS ANALIZADOS	PORCENTAJE
1	Prensa La Verdad	40.63%
2	Diario El Nacional	31.25%
3	Semanario El Regional	21.87%
4	El Despertad Informativo	6.25%
	TOTAL	100%

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

Los porcentajes de periódicos analizados correspondientes a las cantidades de periódicos de cada medio, son los siguientes:

- 40.63% Semanario Prensa La Verdad.
- 31.25% del Diario El Nacional.
- 21.87% del Semanario El Regional.
- 6.25% del Semanario El Despertad Informativo.

Producto de la realización del análisis visual para constatar el uso o no de la infografía en los periódicos locales, en estudio: Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Diario El Nacional se desprende lo siguiente:

Gráfico 1: Análisis de Infografía en el Semanario “Prensa La Verdad”



El **100%** de los periódicos analizados visualmente, que corresponden al **Semanario Prensa La Verdad**, no usan la herramienta Infografía en sus contenidos.

Gráfico 2: Análisis de Infografía en el Diario “El Nacional”



El **100%** de los periódicos analizados visualmente que corresponden a **Diario El Nacional**, no usan la herramienta Infografía en sus contenidos.

Gráfico 3: Análisis de Infografía en el Semanario “El Regional”



El **100%** de los periódicos analizados visualmente que corresponden a **Semanario El Regional**, no usan la **Infografía** en sus contenidos.

Gráfico 4: Análisis de Infografía en el Semanario “Despertad Informativo”



El **100%** de los periódicos analizados visualmente que corresponden a **Semanario El Despertad Informativo**, no usan la **Infografía** en sus contenidos.

De todo este análisis visual se llega a la conclusión que los medios impresos periodísticos del cantón Milagro, Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Semanario El Despertad Informativo y Diario El Nacional, no utilizan la infografía en sus ediciones, hasta la presente fecha, Septiembre del 2010. Incluso se hizo un seguimiento sobre el uso de la infografía en los periódicos en estudio y se concluye que hasta la presente fecha, Diciembre del 2010 la situación es la misma.

ENTREVISTAS

Con la finalidad de establecer la importancia de la utilización de la infografía en los medios de prensa escrita, se ha realizado una serie de entrevistas a Gerentes, Propietarios y personalidades del medio comunicacional, cuyos comentarios servirán de base para establecer la incidencia, positiva o negativa, de la utilización de la infografía en los medios periodísticos del cantón.

Es necesario mencionar que directivos o representantes de los medios Diario “El Nacional” y Semanario “El Regional” nunca dieron acceso a entrevistas para tratar la temática de la investigación presente.

Sí hay que agradecer a periodistas y dirigentes de los medios de prensa que tuvieron la gentileza de acceder a brindar información para estructurar la breve historia del periodismo en nuestra ciudad y entrevistas relativas al estudio de las variables del proyecto.

PREGUNTA:

1.- ¿Cree Ud. importante usar infografías en las ediciones de los medios impresos, en este caso los periódicos? ¿Por qué?

Ab. William Reyes Cuadros.

Gerente Propietario del Semanario “Prensa La Verdad”

“Considero que sí, es importante el uso de la infografía, porque tenemos que estar al tono de la época. En la actualidad está la posibilidad de dar la información completa, a la ciudadanía, para que conozca los hechos reales. Los medios de comunicación cumplen un rol importante, el de culturizar a la ciudadanía, para que se enteren de lo que ocurre a su alrededor.

No solo nuestro medio, sino todos los medios del Cantón Milagro, cumplimos con nuestra tarea de enseñar como avanza y como estamos viviendo y especialmente cuáles son nuestras necesidades”.

Sr. Ricardo Rodríguez Barcia
Ex -Director del Semanario “El Reportero Gráfico”

“La infografía debería implementarse en nuestros medios impresos, porque el porcentaje es bajo al preferir la lectura, por parte de los lectores y en ocasiones no se entiende lo que se lee. Las causas son diversas, porque los diferentes medios de comunicación, no han fomentado la lectura, consideraríamos que desde pequeños, es más comprensible lo que se lee, por las diferentes imágenes que vienen en los libros.”

Reitera, “...la infografía ayudará al Milagreño que no le gusta leer, a informarse rápidamente, porque una imagen vale más que mil palabras. Al parecer no se utiliza esta nueva herramienta, en nuestros medios, por la falta de espacio, de dinero y en ocasiones depende de la importancia de la noticia.”

Lic. Nelly Leal Rojas
Ex -Directora del Semanario “El Milagreño”

“Pienso que sí, porque existen los medios técnicos que están a disposición; pero hay que saber también hacerlo, algo que impacte demasiado a los jóvenes, a veces un periódico de naturaleza violenta, tan sangrienta, que es esto, claro que se vende. Diario El Universo no le pone nada de eso, porque es un periódico serio y quien no compra eso. Si es necesario, esta herramienta, hay que ilustrarla, pero hay que saber canalizar”

MSc. Luis Rosero Constante.
Docente de la Carrera de Comunicación Social
Universidad Estatal de Milagro.

“La Infografía es formar en gráfico una noticia, hacerla educativa y comprensiva. La infografía nace por la necesidad de informar a los lectores, algo más profundo, pero

en resumen con forma visual y con poco texto.No se implementa esta herramienta aquí en Milagro, porque no hay la especialización, porque el empirismo invade todas las redacciones y en todos los medios impresos.”

“Pensar en la infografía, es pensar en un mapa de ubicación, se basa más en investigación, donde se va a topar muchos elementos. Donde se debe responder las 5 preguntas básicas: ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Qué? ¿Por qué?”

Lcdo. Washington Vizquete Negrete
Presidente de la Asociación de Periodistas Radiales de la
Provincia del Guayas Año 2010.
Docente de la carrera de Comunicación Social
De la Universidad Estatal de Milagro.

“Tanto en Milagro como en el resto del Ecuador, sino hay infografía no estamos hablando de periodismo profesional. Por tanto este elemento o esta herramienta es fundamental y determinante en la calidad del producto que nosotros podemos presentar.Nuestros lectores se merecen lo mejor y por tanto tenemos y necesariamente debemos utilizar todo este tipode requisitos y herramientas que se necesita para desempeñarnos de la mejor manera, en lo que tiene que ver presentación de nuestros productos.”

“Somos periodistas profesionales y como tales tenemos que obligadamente presentar alternativas, la infografía es fundamental, sino tenemos un desempeño profesional y un periodismo calidad como la que se merece la ciudad de Milagro.La infografía no necesariamente llamará la atención, lo que hace la herramienta es fortalecer la idea o el trabajo periodístico que estamos presentando por eso la infografía es fundamental, definitivamente tenemos que trabajar con ella”

Es evidente que de **los criterios expuestos por los entrevistados coinciden en la importancia de utilizar en los medios periodísticos la infografía**, como género

visual del periodismo iconográfico presente en las ediciones de los periódicos del país y del mundo para “fortalecer la idea o el trabajo periodístico que estamos presentando...fundamental y determinante en la calidad del producto que nosotros podemos presentar”, como lo dice el Lcdo. Washington Vizueté Negrete.

“La Infografía es formar en gráfico una noticia, hacerla educativa y comprensiva para los lectores” expresión del Lcdo. Luis Rosero Constante **que hace notar que el público lector no puede perder el uso didáctico y educativo** de esta herramienta y **a su vez potenciarlo hacia la lectura**, que es una actividad que hoy en día está perdiendo adeptos.

Las personas que dirigen o administran los medios en estudio también están conscientes de la importancia de usar esta herramienta pero factores económicos y formas ya constituidas de manejar los medios determinan que no se use la herramienta. Como lo manifiesta la Lcda. Nelly Leal Rojas “a veces un periódico de naturaleza violenta, tan sangrienta...claro que se vende”.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

El análisis comparativo de datos estará determinado por la deducción a partir de la aplicación de los resultados de las encuestas realizadas al público lector sobre las variables de investigación cuya tabulación nos determinarán aspectos que contribuyan a comprobar o no la hipótesis. Todo ello constituirá un factor clave para establecer la evolución, tendencia y perspectivas del tema en cuestión.

4.3 RESULTADOS

Interpretación de datos (Encuestas, Entrevistas)

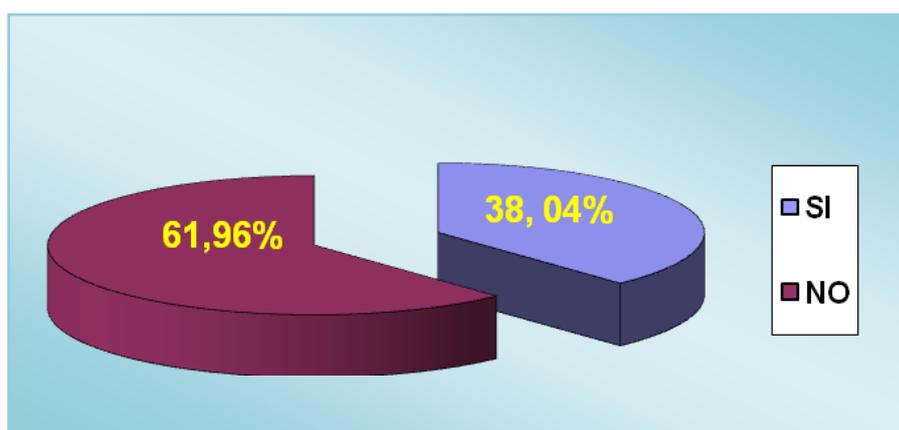
1. ¿Tiene conocimiento acerca del significado de Infografía Periódística?

Cuadro 12. Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 1

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
Si	62	38.04%
No	101	61.96%
Total	163	100%

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

Gráfico 5: Tiene conocimiento acerca del significado de Infografía.



De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Milagro a 163 lectores, podemos determinar:

- El 38,04%, si tienen conocimientos del significado de la infografía periódística.
- **Pero el 61,96%, no saben lo que es una infografía.**

El 61,96% de los lectores encuestado , no saben lo que es una infografía, por lo tanto podemos mencionar, se debe considerar la utilización ella en los Medios Impresos periódísticos en estudio y así dotar al público lector de una herramienta informacional, educativa y didáctica.

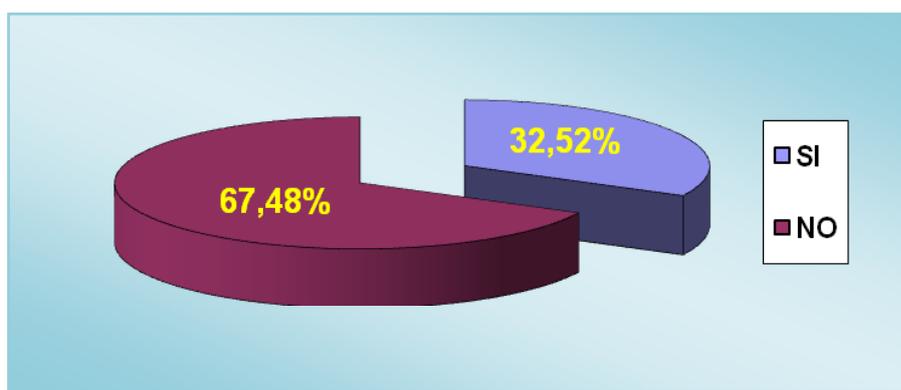
2.- ¿Conoce de algún medio de comunicación impresa de la ciudad de Milagro, que utilice infografía?

Cuadro 13. Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 2.

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
Si	53	32.52%
No	110	67.48%
Total	163	100%

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

Gráfico 6: Conoce de un medio de comunicación impreso de la ciudad de Milagro que utilice infografía.



De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Milagro a 163 lectores, podemos determinar:

- El **67,48%**, no conocen de algún medio de comunicación impresa periodística de la ciudad que utilice Infografía.

- En cambio el **32,52%**, restante si conocen.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría de los lectores encuestados (67,48%) expresan que no existe un medio periodístico local que utilice la infografía y si lo conocen es porque medios como El Universo, El Comercio, El Telégrafo, etc., que sí la usan. Esto lo único que hace es reiterar lo previamente establecido en el análisis visual y descriptivo, cuyo resultado evidencia la no presencia de la infografía en los medios en estudio, de allí la importancia de que esta herramienta esté presente en la edición de los periódicos locales.

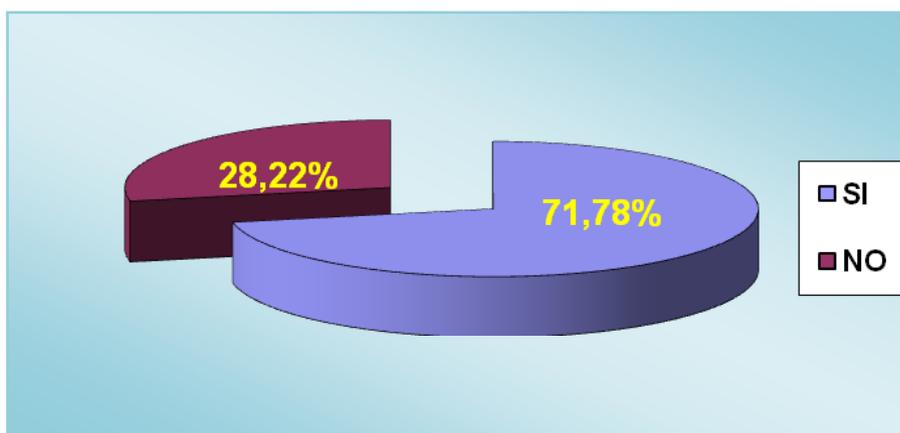
3.- ¿Piensa que al utilizar una infografía, interpretará mejor el contenido de la noticia?

Cuadro 14. Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 3.

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
Si	117	71.78%
No	46	28.22%
Total	163	100%

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

Gráfico 7: ¿Al utilizar una infografía, interpretará mejor el contenido de la noticia?



De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Milagro a 163 lectores, podemos determinar:

- El **71,78%**, si consideran que al utilizar una Infografía, interpretará más el contenido de la Noticia.
- En cambio el **28,22%**, no considera que sea importante.

El 71,78% considera que la infografía es un medio que puede facilitar la interpretación de un hecho o acontecimiento noticioso o informativo que pueda resultar complejo en su comprensión.

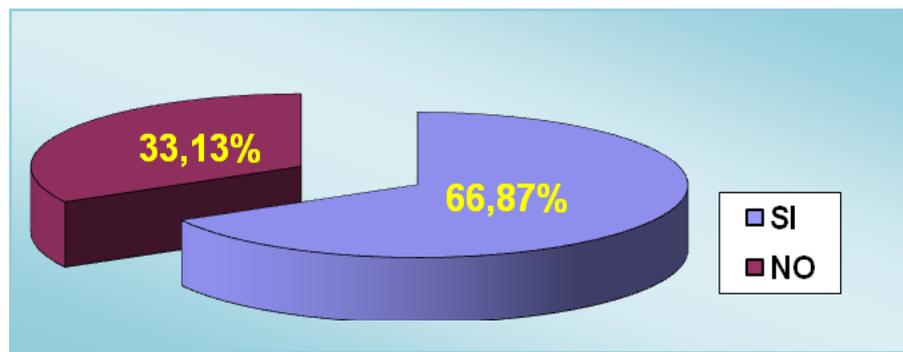
4.- ¿Es necesario que se utilice la Infografía en los periódicos, para culturizar a los lectores?

Cuadro 15. Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 4.

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
Si	109	66.87%
No	54	33.13%
Total	163	100%

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

Gráfico 8: ¿Es necesario que se utilice la Infografía para culturizar a los lectores?



De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Milagro a 163 lectores, podemos determinar:

- El **68,87%**, si consideran necesario se utilice la **Infografía en los periódicos para culturizar a los lectores.**

- Sin embargo el **33,13%**, no piensan que es importante.

El 68,87% de los encuestados consideran el uso de la infografía como herramienta que promueva el conocimiento de aspectos que aporten a la educación y la cultura de la ciudadanía.

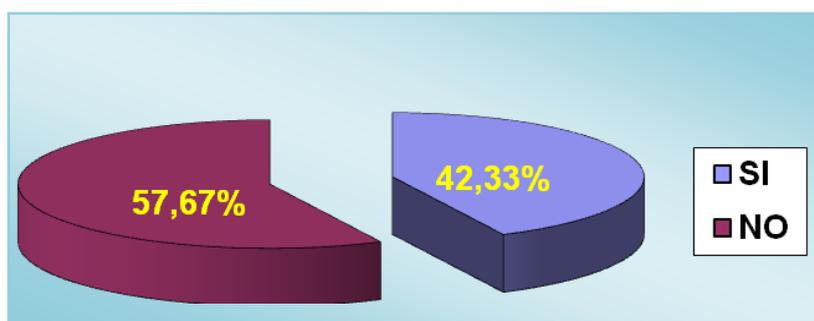
5.- ¿Considera que los medios impresos tienen un diseño que cautiva la atención del lector?

Cuadro 16. Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 5.

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
Si	69	42.33%
No	94	57.67%
Total	163	100%

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

Gráfico 9: ¿Considera que los medios impresos tienen un diseño que cautiva la atención del lector?



De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Milagro a 163 lectores, podemos determinar:

- El **57,67%**, consideran que los medios impresos **no** tienen un diseño que cautiva la atención al lector.

- Pero el **42,33%** restante, considera que los medios impresos **si** tienen un diseño que cautiva la atención al lector.

El 57,67%, la mayoría de los lectores consideran importante el diseño, la estética y presentación visual del periódico milagreño.

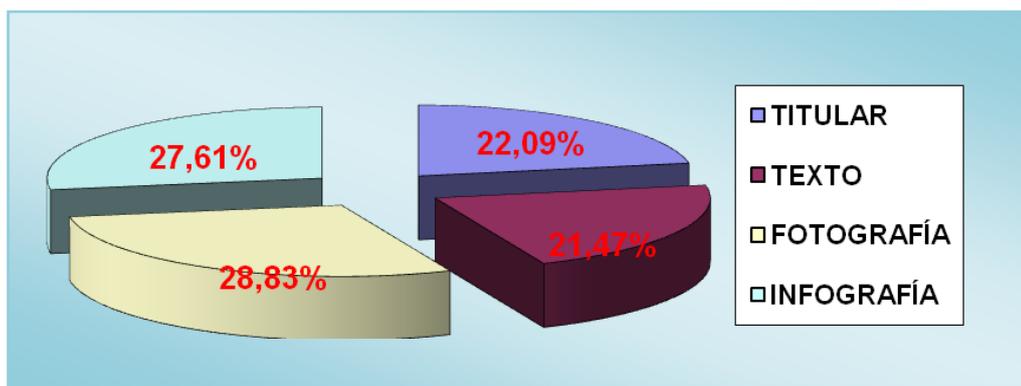
6.- ¿Qué elementos llama más la atención de Ud., como lector?

Cuadro17. Porcentaje de personas encuestadas. Pregunta 6.

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
Titular	36	22.09%
Texto	35	21.47%
Fotografía	47	28.83%
Infografía	45	27.61%
Total	163	100%

Fuente: Mariuxi Gonzáles y Katherine Montoya.

Gráfico 10: ¿Qué elementos llama más la atención de Ud. como lector?



De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Milagro a 163 lectores, podemos determinar:

- El 22,09%, consideran el Titular llama más la atención como lector.
- Pero el 21,47%, consideran que el Texto llama más la atención.
- El 28,83%, consideran la Fotografía cautiva más al lector.
- Sin embargo el 27,61%, consideran la Infografía llama más la atención.

Por lo tanto podemos concluir que la infografía es el género visual que atrae, junto con la fotografía, más al público lector, esta particularidad puede considerarse utilizarla como parte de una estrategia para atraer al lector hacia la lectura y potenciar y desarrollar su nivel educativo y cultural.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Se ha podido determinar, de acuerdo a las encuestas efectuadas a los lectores (61,96% no conocen la herramienta de la infografía y el 67,48% expresan que no conocen de algún medio de comunicación impresa periodística que sea de Milagro como Semanario Prensa La Verdad, Semanario El Regional, Diario El Nacional y Diario El Nacional que utilice la infografía) que no conocen la infografía porque los medios periodísticos en estudio no la utilizan.

Por lo tanto podemos mencionar, se debe considerar la utilización de la Infografía Periodística en los Medios Impresos en estudio y así dotar al público lector de una herramienta informacional, educativa y didáctica. El 71,78%, sí considera que al utilizar una Infografía, interpretará mejor el contenido de la noticia y los medios estarán cumpliendo con un servicio a la comunidad informando de manera oportuna, veraz y comprensible para el lector, contribuyendo a que la ciudadanía potencie y desarrolle sus conocimientos y habilidades en cualquier ámbito, especialmente los profesores y estudiantes puedan tener acceso a una herramienta didáctica y educativa.

Es indudable la importancia del uso de la infografía como medio para facilitar la interpretación de un hecho o acontecimiento noticioso o informativo que pueda resultar complejo en su comprensión. El 68,87%, si consideran necesario se utilice la Infografía en los periódicos para culturizar a los lectores. Responsabilidad social que los medios periodísticos del cantón deben considerar ya que la infografía como herramienta promueve el conocimiento de aspectos que aporten a la educación y la cultura de la ciudadanía.

Al considerar, un 57,67%, que los medios impresos no tienen un diseño que cautiva la atención al lector se puede deducir que la mayoría de los lectores consideran importante el diseño, la estética y presentación visual del periódico milagreño que hoy en día resulta poco atractivo y monótono visualmente, en este caso se pierde el valor agregado que tiene la infografía, y es la de captar la atención del lector y engancharlo hacia la lectura de la información total.

¿Qué es lo que llama más la atención del lector? De acuerdo a las entrevistas a los expertos y sumado a nuestra apreciación personal, consideramos que la infografía llama más la atención del lector. En tanto que de las encuestas se deduce que el 22,09%, considera que el Titular llama más la atención, el 21,47%, el Texto y el **28,83%, la fotografía**, sin embargo un porcentaje también significativo, el **27,61%, consideran que la Infografía llama más la atención.**

Por lo tanto podemos concluir que la infografía es el género visual que atrae más al público lector de allí y es una herramienta didáctica, informativa y educativa, de allí la necesidad de implementarlo en los periódicos milagreños.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Elaboración de un Manual didáctico que explique las características de la infografía y su importancia de usarla en el medio impreso periodístico.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La revolución de las tecnologías de la información y comunicación, Tic's, en la década de los ochenta, hace que la prensa pierda la exclusividad de la información y quienes acostumbraban leer disponían de menos tiempo para leer los diarios. El auge de la infografía, como género visual del periodismo iconográfico, a escala mundial y, específicamente, en países como Estados Unidos y España, se convirtió en el “boom” del periodismo, ya que no sólo se grafica en las páginas de muchos periódicos pertenecientes a estos países, también se ha incursionado con infografía en la web.

En periódicos digitales como El mundo.es, Le Monde, en EE. UU el New York Times y otros, publican a diario una infografía llena de movimientos, sonidos y hasta de interactividad con el usuario y si nos referimos a nuestro país medios impresos de Guayaquil o Quito, como El Comercio y El Universo la utilizan de manera asidua, en sus ediciones impresas.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Es un hecho que la infografía es un género naciente de nuestra cultura visual y de la revolución de las tecnologías de la información y comunicación, que ha ganado terreno en los periódicos contemporáneos del mundo y debido al fenómeno de la globalización está presente en nuestras vidas, como lectores de los periódicos nacionales que circulan en nuestro medio, de allí que se hace evidente constatar la diferencia existente en las ediciones de los periódicos locales y los nacionales e internacionales en cuanto a diseño, contenidos o temática, imagen, etc.

Hoy en día es menester que los periódicos de nuestra ciudad accedan a utilizar en sus ediciones esta herramienta que los pondrá a la par de otros medios impresos del país y el mundo, a su vez cambiar en lo que respecta la imagen visual del periódico y con ello satisfacer los requerimientos del público lector y que éste pueda utilizarla para potenciar y desarrollar el aspecto educativo y cultural y además sirva de instrumento didáctico para estudiantes y profesores.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la propuesta

- Dar a conocer a los gerentes o propietarios de los medios impresos en estudio acerca de las ventajas del Uso de la Infografía en sus ediciones.

5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

- Diseñar y elaborar un Manual informativo que describa las características de los géneros visuales y las ventajas de utilizar la infografía en los medios impresos periodísticos.
- Entregar el Manual Informativo a los directores o propietarios de los medios impresos periodísticos en estudio.

5.5 UBICACIÓN

Nuestra propuesta está dirigida a gerentes, propietarios o administradores de los medios impresos Semanario Prensa “La Verdad”, Diario “El Nacional”, Semanario “El Regional” y Periódico “El Despertar Informativo” que circulan en la ciudad de Milagro y cuyas oficinas están situadas en la misma ciudad.

5.6. FACTIBILIDAD

En los medios impresos periodísticos de la ciudad de Milagro se hace evidente la falta de creatividad y la persistencia de trabajos elaborados con un mensaje de carácter uniforme, la prevalencia de páginas de crónica roja y anuncios publicitarios y otras de índole social, en un mismo formato gráfico visual de presentación, además que muchas veces no representan el hecho noticioso en sí.

La implementación de la herramienta infográfica en los medios impresos en estudio, escapa de nuestras manos, ya que hay factores externos a nuestra investigación que la hace no posible de cumplir, como por ejemplo la capacidad económica y de decisión de directivos, gerentes o administradores, lo que sí está en nuestras manos es concienciarlos mediante el aporte de un Manual informativo que podrá servir de pauta para conocer la herramienta infográfica y reconocer sus bondades.

A manera de sugerencia diremos que las salas de redacción de los medios deberían invertir en el trabajo de un diseñador gráfico, cuyo sueldo está valorado en \$450 (valor referencial) y en recurso operacional que ya lo poseen, no gastarían en infraestructura ya que el trabajo del infografista o diseñador, lo podrá hacer en las mismas oficinas del medio y utilizando la tecnología que poseen.

Sabemos que todavía no existe la predisposición para usar este nuevo género que poco a poco continuará incursionando y los periódicos tendrán que verse obligados a cambiar para renovar su presentación, también por el cambio generacional y por la innovación de tecnologías.

5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Nuestra propuesta de Elaboración de un Manual informativo sobre el Uso de infografía periodística tiene la finalidad de ayudar a crear conciencia en propietarios, gerentes o administradores de los medios impresos de la ciudad de Milagro a que utilicen la infografía para que sus lectores puedan comprender los sucesos, acciones, informaciones de actualidad de forma más explicativa y acompañada de elementos iconográficos sustituyendo a textos informativos, de esta manera hacer que los lectores comprendan con mayor facilidad una información noticiosa por más compleja que sea.

El manual informativo se distribuirá a cada uno de los Directores, Gerentes o propietarios de los siguientes medios impresos: Prensa “La Verdad”, Diario “El Nacional”, Semanario “El Regional” y Periódico “El Despertad Informativo” a partir de la segunda semana del mes de Diciembre del 2010.

5.7.1 Actividades

1. Diseñar y elaborar los Manuales Informativos acerca del uso de la infografía.
2. Concertar visitas con los directores, administradores o propietarios de los medios impresos, en estudio, para informarles sobre la elaboración del Manual informativo acerca del uso de la infografía.
3. Efectuar Impresiones de los manuales informativos sobre el uso de la infografía periodística en los medios impresos.
4. Entregar los manuales informativos sobre el uso de la infografía a los directores, administradores o propietarios de los medios impresos de Milagro.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.

Cuadro 18. Talento humano.

N.	TALENTO HUMANO	VALOR
1	Digitador	\$50,00
1	Diseñador Gráfico	\$300,00
TOTAL		\$350,00

Cuadro 19. Recurso operacional.

N.	RECURSO OPERACIONAL (RROO)	PRECIO UNITARIO	VALOR
120	Impresiones de páginas del manual a colores (10 páginas x 12 manuales= 120 páginas).	\$1,00	\$120,00
2	Movilizaciones de taxis para retirar los manuales.	\$1,00	\$2,00
12	Sobres manilas para los manuales.	\$0,25	\$3,00
12	Impresiones de fotos, tomadas a los propietarios de los diferentes medios de comunicación, en la entrega de los manuales.	\$0,50	\$6,00
1	Par de pilas para la cámara digital, en la entrega de manuales a los propietarios de los medios de comunicación.	\$10,00	\$10,00
5	DVD en blanco	\$1,00	\$5,00
5	Grabaciones de información en el DVD en blanco	\$1,00	\$5,00
TOTAL			\$151,00

NO SE UTILIZA RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA.

Cuadro 20. Presupuesto.

N.	DETALLE	VALOR
1	Talento Humano	\$350,00
2	Recurso Operacional	\$151,00
3	Recurso Infraestructura	\$0,00
TOTAL		\$501,00

5.7.3 Impacto

La utilización de la infografía periodística es positiva para los medios impresos de la ciudad de Milagro por la aportación informativa, realizada con elementos icónicos tipográficos, que permiten o facilitan la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de la actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo y de esta manera hace que los lectores comprendan con facilidad una información noticiosa.

En la era de lo visual la prensa tiene que estar a tono con las exigencias y esforzarse por mantener a sus lectores y captar a las nuevas generaciones, educadas en la cultura de la imagen. Y para lograrlo debe armarse con los mismos instrumentos que su principal rival, la televisión, lo visual, por ello las noticias deben ser contadas de manera que atraigan al lector, que lo informen rápidamente.

La infografía, es un elemento eminentemente didáctico, desde siempre, por medio de ilustraciones o de gráficos más o menos sencillos, la presencia de los elementos no textuales ha ayudado a la comprensión del mensaje, han facilitado el entendimiento del mensaje escrito, pues ésta era la finalidad de su inserción entre las informaciones, como valiosos complementos. Es por esto que la información apoyada en elementos gráficos no debe ser novedad alguna en el mundo de la información periodística.

5.7.4 Cronograma

A continuación se describen las actividades a cumplirse en función del tiempo.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	JULIO 2010					AGOSTO 2010					SEPTIEMBRE 2010				
TIEMPO	1ra Semana	2da Semana	3era Semana	4ta Semana	5ta Semana	1era Semana	2da Semana	3era Semana	4ta Semana	5ta Semana	1era Semana	2da Semana	3era Semana	4ta Semana	5ta Semana
EL PROBLEMA															
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA															
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS															
MARCO TEÓRICO															
ANTECEDENTES HISTÓRICOS															
MARCO CONCEPTUAL															
FUNDAMENTACIÓN LEGAL															
HIPÓTESIS Y VARIABLES															
DECLARACIÓN DE VARIABLES															
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES															
TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN															
LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA															

TIPO DE MUESTRA																
PROCESO DE SELECCIÓN																

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	OCTUBRE 2010					NOVIEMBRE 2010					DICIEMBRE 2010				
	1era Semana	2da Semana	3era Semana	4ta Semana	5ta Semana	1era Semana	2da Semana	3era Semana	4ta Semana	5ta Semana	1era Semana	2da Semana	3era Semana	4ta Semana	5ta Semana
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL															
ENTREVISTAS															
OPINION DE LOS LECTORES EN LA CIUDAD DE MILAGRO															
ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVAS															
INTERPRETACIÓN DE DATOS (ENCUESTAS, ENTREVISTAS)															
VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS															
PROPUESTA - TEMA															
FUNDAMENTACIÓN - JUSTIFICACIÓN															
OBJETIVOS - UBICACIÓN															
DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA															

ACTIVIDADES															
RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO															
CRONOGRAMA															
LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA															

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

El recurso infográfico le ha permitido a los medios de comunicación imprimir páginas con un signo de creatividad y actualidad acorde a las necesidades de lectores que están habituados a informarse a través de la imagen, que le muestran los medios audiovisuales como la televisión y no usarlo significa no tomar en consideración las necesidades que tiene el público de informarse de manera precisa y comprensible, igualmente acceder a un recurso educativo y didáctico.

En la actualidad el rol que tienen los periodistas en la elaboración de infografías para el medio, indica que su papel es de gran trascendencia, ya que son ellos quienes aportan la información, es por eso que los medios impresos de la ciudad de Milagro deben conocer y crear conciencia sobre el uso de la infografía periodística, y a través del Manual se informa sobre sus particulares bondades y ayudará de manera significativa a valorar e implementar los conceptos básicos de la infografía periodística, los beneficios que ésta otorga y sobre todo un carácter innovador de mostrar la información a los lectores.

CONCLUSIONES

Realizar esta investigación fue algo enriquecedor al ahondar en el estudio del manejo de la herramienta infográfica o infografía en los medios impresos periodísticos más relevantes de nuestra ciudad. Infografía, es un novedoso término que posee su fundamento inicial en la prehistoria cuando el hombre del paleolítico plasmaba dibujos en las cavernas, género visual que los medios impresos en estudio (Semanao Prensa “La Verdad”, Diario “El Nacional”, Semanao “El Regional” y Semanao “El Despertad Informativo”) no lo utilizan a pesar de que es visto como un género periodístico que está cobrando mayor fuerza cada día.

La parte visual y estética de los medios locales tienden a la monotonía y no está acorde a las exigencias de los lectores inmersos dentro de un mundo visual, como

el que vivimos, el enriquecimiento gráfico es muy deficiente comparado con medios nacionales que si usan esta herramienta (El Universo, El Telégrafo, El Comercio, etc.) se obvia una manera de otorgara los lectores una información fácil de entender, la funcionalidad de la infografía que es la de desempeñar un papel destacado al servicio del lector, bien sea resumiendo o sintetizando lo más esencial, ampliando complementariamente o sustituyendo al texto de la información no se hace uso.

Es innegable que la infografía ha penetrado con mucho impulso en los diarios impresos y digitales, va a llegar el momento que sea imprescindible, para los medios locales, su uso, de ahora en adelante es de vital importancia que dentro de la formación del comunicador social integre una cultura visual, ya no basta cubrir y redactar bien una noticia; el periodista de hoy debe estar preparado para visualizar la información mediante la infografía que bañada en creatividad y credibilidad complementará su texto.

RECOMENDACIONES

Este trabajo de investigación genera las siguientes recomendaciones orientadas a La Unidad Académica de Ciencias de la Educación y Comunicación de Universidad Estatal de Milagro como institución formadora y además a los medios impresos de la ciudad de Milagro que no utilizan la infografía periodística.

- Es pertinente que tanto La Unidad Académica de Ciencias de la Educación y Comunicación, como los medios impresos de la ciudad de Milagro, estén conscientes del cambio que se ha producido en los lectores para de esta manera adaptar el talento humano, la estructura y el diseño de los periódicos a las nuevas necesidades de un lector super sensibilizado hacia lo gráfico.
- Los directivos de los medios impresos periodísticos de Milagro deben tomar en consideración la implementación de la infografía en sus ediciones buscando

determinar un espacio bien equipado para producir infografías y que fuera dirigido por personas capacitadas, además que esto traería como consecuencia un rediseño de las páginas o de los cuerpos, atrayendo mayor cantidad de lectores y dando cabida a la creatividad y a la capacidad innovadora.

- Los directivos de los medios impresos de Milagro deben promover que su equipo periodístico participen de las nuevas tendencias informativas, organizando de esta manera foros, cursos o talleres de actualización en este caso en materia de infografías.

- La Unidad Académica de Ciencias de la Educación y Comunicación, en este caso la de la Universidad Estatal de Milagro, debería incluir la asignatura de Infografía dentro del pensum de estudios para educar profesionales con una formación que se adapte a los nuevos tiempos y a las nuevas tecnologías, permitiendo así un desenvolvimiento del egresado con mayor versatilidad en todos los ámbitos de la comunicación, de esta manera el estudiante también podría adquirir las destrezas para abordar las informaciones tanto con texto como con imagen.

C. MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFIA Y LINKOGRAFÍA

1. OLIVARES, Ernesto. *Porqué la infografía atrapa al lector*. Extraído el 5 de Octubre del 2010de, <http://www.ernestoolivares.com/es/infografia.html>.
2. WIKIPEDIA. *Prensa escrita*. Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita
3. WIKIPEDIA. *Prensa escrita*. Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita
4. Idem.
5. VILCHEZ, Lorenzo. Pedagogía de la imagen periodística: Aspectos generales. *TEORÍA DE LA IMAGEN PERIODÍSTICA*. Pág. 169.
6. HALLO, Wilson: *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*, extraído de, <http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=2869>.
7. Ibíd. *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*.
8. Ibíd. *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*.
9. Ibíd. *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*.
10. Ibíd. *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*.
11. GONZALES SÁNCHEZ, Mariuxi y MONTOYA MORÁN, Katherine. *Historia del periodismo en el cantón Milagro*. 2010.

12. PELTZER, Gonzalo. La práctica del periodismo iconográfico. *PERIODISMO ICONOGRÁFICO*. Pág. 129-152.
13. El análisis visual parte de la observación de las unidades de periódicos en estudio para luego proceder a analizar y describir los resultados de esa visualización. La visualización estuvo determinada por un criterio específico que es el de la evidencia visual o no, de la presencia de la infografía en el medio impreso o periódico en estudio.
14. MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. *La infografía un instrumento para el análisis*,
<http://www.uhu.es/cine.educacion/periodico/12infografiaperiodico.htm>
Extraído el 6 de Noviembre del 2010.
15. *Ibíd. La infografía un instrumento para el análisis.*

ANEXOS

ANEXO 1

a) DISEÑO DEL PROYECTO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN**

**DISEÑO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCIÓN DE LA
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Mención:

PERIODISMO

TÍTULO:

**MANEJO DE LA INFOGRAFIA PERIODISTICA EN LOS
PERIODICOS DEL CANTON SAN FRANCISCO DE
MILAGRO.**

AUTORES:

**GONZALES SANCHEZ MARIUXI NOEMI
MONTTOYA MORAN KATHERINE GEOMARA**

MILAGRO - 2010

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ecuador, la utilización de la Herramienta Infográfica, avanzado rápidamente en los medios de comunicación impresos, teniendo gran aceptación en los lectores, por medio de esto se puede explicar una noticia secuencialmente en los periódicos.

Los medios viven actualmente en una época de pura farándula en sus contenidos ya que solo se dedican a la vida de lo superficial. En el periodismo ecuatoriano es común la manera de informar, buscando el camino más fácil criticando. La infografía se caracteriza por combinar recursos iconográficos con fragmentos textuales.

Con el auge de tecnologías de la información y comunicación, se ha ido gestando una cultura eminentemente visual, impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet. Esto hace que la prensa escrita se modifique viéndose condicionada por la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público con renovados hábitos de lectura.

La infografía, es didáctico, acercando al lector con mayor sencillez a la información, poniendo a su alcance, por medio de imágenes que se fusionan al texto.

1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN: ORIGEN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Al realizar este proyecto trataremos, de dar a conocer el origen de la utilización de la infografía en los medios impresos de Milagro, aunque pocos son los medios que utilizan esta herramienta, porque más utilizan fotografías y por ende prefieren colocar una foto sensacionalista que contratar a un diseñador grafico para empezar a desarrollar las infografias en los periticos.

Por considerarse un medio de comunicación informativo se debería tratar de culturizar y enseñar al lector, las diferentes maneras de interpretar una noticia.

1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La delimitación será básicamente a la ciudadanía milagreña que desconoce el manejo de esta herramienta en los diferentes medios de comunicación impresos del Cantón San Francisco de Milagro.

CAMPO:	Social
AREA:	Educativa' Informativa
ASPECTO:	Elaboración de Manual Informativo a las medios de Comunicación Impresos
TEMA:	Sobre el manejo de la infografía periodísticas a los diferentes medios de comunicación. <i>en los medios de prensa de la ciudad de Milagro.</i>

1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA *periodística*

¿De qué manera se maneja la Infografía en los medios de prensa del área urbana?
 ¿De qué manera aportaría a los medios impresos la elaboración de un manual informativo acerca de la utilización de la infografía periodística en el Cantón Milagro?

del Cantón Milagro?

1.1.4 DETERMINACIÓN DEL TEMA

El Proyecto va a beneficiar a ~~los propietarios y comunicadores sociales que laboran directamente con los periódicos~~, aunque esta herramienta de la infografía permite dar a conocer y cautivar al lector sobre los hechos o acontecimientos que ocurren en el vivir diario.

A veces en las noticias o reportajes no se pueden incluir o conseguir fotos para poner en el periódico y por ende se debe colocar una infografía detallada de la noticia, aunque esto hecho se utiliza desde hace años, pero no en el Cantón Milagro, aunque los lectores desean que los medios cambien estos no hacen nada para dar a conocer y enseñar al lector.

— Los elementos que le llaman la atención y que les motiva a leer el texto de la información. Los resultados son muy favorables para la infografía, siendo estas algunas de las conclusiones:

La infografía es el género que por más tiempo atrapa a un lector en la página.

→ 77% ingresan visualmente a la página por la infografía, 61% por la fotografía y 36% por el titular.

→ 87% de los lectores que ven una infografía leen el texto, en el caso del titular es 41%.

Visual pseudistius
Los lectores huyen de los diarios porque no cuentan las historias que demandan. Las nuevas generaciones no cuentan historias como las contamos nosotros y, lo que es más importante, no leen (ni ven, ni oyen) como sus padres o hermanos mayores.

Debemos comprender que la forma en que obtienen información ha cambiado mucho y que para ellos lo visual, sintético, rápido y atractivo es lo que vale.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Fomentar a la ciudadanía milagreña, ^{Tiempo} dueños de los medios impresos y periodistas, la manera de percepción de la información detallada, mediante la utilización de la infografía periodística.

Análisis del Manejo de la Infografía periodística en los Medios de Prensa del área Urbana del Cantón Milagro.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Convocar a charlas y talleres sobre el manejo de la infografía en los periódicos. -
- Modificar el diseño de los medios de comunicación impresos utilizando infografías en una de las noticias de más relevancia e importancia, obteniendo un impacto visual por parte del lector.
- Proveer de material informativo como: folletos, volantes, dando a conocer la utilización de la infografía en los periódicos milagreños. (2: pero no en el Cantón Milagro)
- Crear buzones de sugerencias en cada medio de comunicación sobre el uso de la infografía.

- Reunión con los dueños de los medios de comunicación para ampliar detalles de la infografía periodística, con profesionales de esta herramienta.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En el siglo XX la prensa perdió la exclusividad de la información y los sectores tradicionales disponían de menos tiempo para leer los diarios. El auge de este género a escala mundial o mejor dicho en países como Estados Unidos, España, se ha convertido en el “boom” del periodismo, ya no sólo se grafica en las páginas de muchos periódicos pertenecientes a estos países, también se ha incursionado en la web, periódicos como El mundo.es publican a diario una infografía digital llena de movimientos, sonidos y hasta de interactividad con el usuario. La infografía es un género naciente que apenas está ganando terreno en los periódicos contemporáneos, su nacimiento aún se discute por diversos expertos en el área y su concepción como género periodístico más todavía.

El periodismo, desde hace siglos, ha desarrollado una inquietud por explicar la información de forma visual, pero las limitaciones técnicas impedían este tipo de prácticas, que únicamente recogían planos y mapas. El gráfico explicativo es muy reciente. Se inició en la década de los setenta y ochenta, pero vivió un auténtico boom en los noventa, con la revolución informática. No obstante, en sus inicios presentaba una estética similar al cómic, aunque manteniendo su carácter explicativo.

La infografía permite explicar información compleja, muy complicada de mostrar a través del texto escrito. Los diarios pronto descubrieron que los gráficos simplificaban mucho su labor. La infografía ha logrado hacerse un hueco importante en las redacciones, con un prestigio a la altura del resto de géneros periodísticos.

No en vano, se trata de un género periodístico de carácter paralingüístico, es decir, posee dos vertientes: una parte lingüística, y otra visual, que acompaña a la explicación en el texto.

Además, responde a las 6W al tiempo que se caracteriza por un mensaje informativo, más claro, más concreto y más eficaz. Es capaz de explicar todos los aspectos de la información, igual o mejor que un texto literario.

Los diarios, en cambio, nacen sin imágenes, al contrario de los libros porque eran electos únicamente accesibles para las élites nacionales, quienes hacían gala de una cierta aversión a las imágenes por su supuesto carácter vulgar. Esta creencia fruto del bagaje cultural, que

todavía hoy está vigente en la distinción de la prensa de prestigio de los tabloides, explica porqué la introducción de imágenes en los periódicos tardó mucho en cuajar

La infografía de prensa tiene un total de ocho características peculiares como:

- Significado a una información plena e independiente.
- Proporcione la información de actualidad suficiente.
- Permita comprender el suceso acontecido.
- Contenga la información escrita con formas tipográficas.
- Contenga elementos icónicos precisos.
- Pueda tener capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia o que realice funciones de síntesis o complemento de la información escrita.
- Proporcione cierta sensación estética, no imprescindible.
- No contenga erratas o faltas de concordancia.

La infografía de prensa es de gran interés cuando explica un acontecimiento y garantiza su comprensión, sin que sea necesaria una información adicional, pero también puede ser innecesaria cuando no aporta nada nuevo y se solapa con el texto, provocando incluso disfunciones o distorsiones en la explicación de acontecimientos, acciones o cosas.

Más interesantes son cuando se presentan como un extracto que sirve a modo de primera o última lectura, de resumen que facilita la visión de conjunto de la información. En este caso es interesante ver que su uso no es del todo informativo, ya que repite algunos aspectos del texto, pero aporta la síntesis visual, que es un valor añadido.

Aporta un resumen o reducción a términos simples y precisos, abreviando lo esencial de un asunto o materia de los textos informativos.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Las nuevas tecnologías han transformado nuestra sociedad, los modos de vivir y pensar. Estos cambios han influido en las formas de presentar la información en los diferentes medios de comunicación, que posteriormente se trasladan al ámbito cotidiano del aula intentando optimizar los procesos de enseñanza.

Dentro de estos espacios informativos, las transformaciones más radicales se pueden vislumbrar en la década del 80 donde las tecnologías tuvieron un fuerte impacto en la prensa gráfica lo cual permitió la incorporación de la informatización y por ende, el empleo de nuevos recursos visuales. Ante la inminente supremacía de la imagen, los medios gráficos generaron nuevas herramientas con el fin de atraer a un público con renovados hábitos lectores - caracterizado por una lectura veloz y fragmentada- a través de la implementación de infografías.

De esta manera, esta técnica: "La Infografía", produce nuevos parámetros de producción que permite optimizar y agilizar los procesos de comprensión basándose en una menor cantidad y una mayor precisión de la información, anclada en la imagen y el texto.

De esta manera, la infografía surge como una herramienta que permite dar algunas respuestas ante la celeridad en los procesos de producción y circulación de información, junto a los permanentes avances científicos y tecnológicos.

Estos fenómenos imponen verdaderos desafíos a la educación, en términos de brindar las herramientas necesarias para que los alumnos dispongan de habilidades y competencias necesarias para seleccionar información, resolver problemas, tomar decisiones.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La colaboración entre las tres disciplinas de periodistas ha de ser absoluta. Ahora bien, el desplazamiento del infografista al lugar de los hechos es más bien una situación idílica que no suele producirse en realidad. Hay que trabajar codo con codo con los redactores, que serán los encargados de tomar las notas necesarias para desarrollar la infografía posteriormente.

Por ello el periodista literario debe conocer la ejecución de gráficos para trabajos anexos a comunicación, no tanto de alto nivel.

Es esencial aprender a trabajar con el infografista, pues en cierto modo seremos sus ojos. El redactor literario no sólo debe tomar notas de las declaraciones y seleccionar la información, sino realizar un croquis y esquemas para que el infografista realice su trabajo. Los fotógrafos, por su parte, también desempeñan un papel importante. Con las fotos generales facilitan mucho la tarea de infografía.

Es muy importante la eficacia a la hora de transmitir la información, que debe ser también muy exacta. Sin embargo, en muchas ocasiones los fotógrafos renuncian a hacer este tipo de trabajos porque a su juicio no repercuten en su interés personal.

2.3 DEFINICIONES Y CONCEPTOS

INFOGRAFÍA

La infografía es una representación más visual que la propia de los textos, en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos. La infografía nació como un medio de transmitir información gráficamente.

Los mapas, gráficos, viñetas, etc. son infogramas con la que se presenta una información completa aunque pueda ser complementaria o de síntesis.

El término también se ha popularizado para referirse a todas aquellas imágenes generadas por ordenador.

Más específicamente suele hacer referencia a la creación de imágenes que tratan de imitar el mundo tridimensional mediante el cálculo del comportamiento de la luz, los volúmenes, la atmósfera, las sombras, las texturas, la cámara, el movimiento, etc.

Estas técnicas basadas en complejos cálculos matemáticos, pueden tratar de conseguir imágenes reales o no, en cuyo caso se habla de fotorrealismo



PERIODISMO INFOGRÁFICO

TEORÍA DE LA ILUSTRACIÓN PERIODÍSTICA

En una página de periódico se combinan tres elementos: imágenes, textos y gráficos informativos o infografías. Desde hace algunos años, la infografía trata de explicar a través de gráficos e imágenes formas complejas con una inquietud en fase creciente. Las infografías así denominadas presentan una gran coincidencia con la clásica modelización gráfica - representaciones mecánicas o esquemáticas - que desde el siglo XVI aproximadamente viene usándose frecuentemente en Ciencia e Ingeniería. Un buen ejemplo de esto se encuentra en la archiconocida obra gráfica de Leonardo de Vinci, que se menciona más adelante.

El periodismo, desde hace siglos, ha desarrollado una inquietud por explicar la información de forma visual, pero las limitaciones técnicas impedían este tipo de prácticas, que únicamente recogían planos y mapas. El gráfico explicativo es muy reciente. Se inició en la década de los setenta y ochenta, pero vivió un auténtico boom en los noventa, con la revolución informática. No obstante, en sus inicios presentaba una estética similar al cómic, aunque manteniendo su carácter explicativo

La infografía permite explicar información compleja, muy complicada de mostrar a través del texto escrito. Los diarios pronto descubrieron que los gráficos simplificaban mucho su labor. La infografía ha logrado hacerse un hueco importante en las redacciones, con un prestigio a la altura del resto de géneros periodísticos. No en vano, se trata de un género periodístico de carácter paralingüístico, es decir, posee dos vertientes: una parte lingüística, y otra visual, que acompaña a la explicación en el texto. Además, responde a las 6W al tiempo que se caracteriza por un mensaje informativo, más claro, más concreto y más eficaz. Es capaz de explicar todos los aspectos de la información, igual o mejor que un texto literario.

Con el ‘infográfico perfecto’, los expertos en esta materia denominan a aquel gráfico que presenta capacidad para explicar todos los elementos de la información sin recurrir a un texto de apoyo. Cabe tener en cuenta que la calidad en una infografía no se mide tanto por los gráficos, sino por la ayuda que presta para entender una información. De hecho, prevalece la funcionalidad sobre la estética de los recursos visuales. Jamás se puede prescindir de datos por realizar gráficos ‘bonitos’.

Existen dos diferencias entre la infografía y la ilustración, marcadas fundamentalmente por la estética y la transmisión de opinión. La utilización de elementos icónicos, la ilustración, no tiene capacidad informativa, sí interpretativa. Las imágenes del gráfico deben ser rigurosas e informativas, siempre unívocas (la información neutral). Es accesorio introducir un elemento visual ilustrativo sólo por el valor estético.

HISTORIA

La imagen visual nació mucho antes que la textual. Los hombres prehistóricos ya realizaban dibujos explicativos para enseñar a sus hijos los animales y las técnicas de caza, cuando todavía no contaban con un alfabeto escrito. Esto refleja la ansiedad del ser humano por explicar la realidad a través de los dibujos, mucho antes incluso que el propio hablar.

La técnica de representación gráfica próxima a la infografía es la cartografía. De hecho, podemos encontrar mapas en tiempos remotos de la historia. Así, al final de la Edad Antigua ya existían mapas que proyectaban el mundo a través de la longitud y latitud.

Durante la Edad Media se visualiza la información con elementos importantes:

Un libro manuscrito con muchísimas ilustraciones (muy pocas páginas sin texto) para explicar mediante imágenes el contenido del mismo a los analfabetos.

Comienzan a aparecer formas primitivas de abstracción de los datos, muy lejos todavía de los gráficos estadísticos, pero próximos a los primeros organigramas o relacionales.

Los mapas cartográficos del siglo XIV son extraordinariamente fiables, debido al dominio de las técnicas de representación existentes hasta entonces y a la introducción de muchísima información en un espacio reducido. No obstante, sólo se limita a mostrar, no a explicar estos datos.

El Renacimiento supone un auténtico hito en la transmisión de la información gracias a la perfección de Leonardo da Vinci. El genio italiano realizó esquemas, dibujos e ilustraciones para que el lector de sus códices pudiera entender más allá del texto: primeros gráficos informativos, utilización de textos, secuencias, esquemas. En sus trabajos hay mucho más que belleza estética, sino que son muy didácticos. La visualización de la información occidental en la actualidad es heredera de las fórmulas empleadas por Da Vinci.

En este tiempo nace también la imprenta (característica técnica más importante del periodo), que no sólo imprime textos; también ilustraciones. Por tanto, continúa la tradición expresada en los libros medievales, donde no sólo contenían textos para ser leídos sino también imágenes para ser vistas. Esta tendencia continuará en la Ilustración, que trata de mostrar el saber a través de éstas.

Los diarios, en cambio, nacen sin imágenes, al contrario de los libros porque eran electos únicamente accesibles para las elites nacionales, quienes hacían gala de una cierta aversión a las imágenes por su supuesto carácter vulgar. Esta creencia fruto del bagaje cultural, que todavía hoy está vigente en la distinción de la prensa de prestigio de los tabloides, explica porqué la introducción de imágenes en los periódicos tardó mucho en cuajar. Hasta 1740, por tanto, no aparecerá ningún mapa en prensa. William Playfair (1759-1823) inventó la información estadística a través de los gráficos, es decir, representó visualmente información numérica abstracta, el diagrama de barras y el gráfico de tarta (este último años más tarde)

A partir de aquí, los mapas irán apareciendo con cuentagotas en los diarios, pero se irán extendiendo con mayor intensidad con el paso de los años (el mapa es el primer elemento gráfico que se incluye en la prensa, al igual que es el primer elemento visual que surge). En 1806, *The Times*, el primer periódico de masas para la elite publicó el primer gráfico explicativo (gráfico que explica lo que ocurre, en este caso como se desarrolló un asesinato de forma cronológica. Poco a poco irán introduciéndose más.

Los mapas del tiempo son los gráficos por excelencia de los periódicos. Los inicios de la prensa, extraordinariamente pegada al texto, van desvaneciéndose. Las imágenes e ilustraciones son cada vez más corriente e incluso determinada prensa de masas (Pulitzer y Hearst) hacen gala de ellas. Son populares, sobre todo en EE.UU y destacan por encima de todo los planos y mapas, a finales del s. XIX.

En la I Guerra Mundial se hizo un gran uso de los mapas, aunque las fotos fueron muy pocas, al igual que en nuestro país(¿). Hasta el segundo conflicto bélico mundial no falta el eje de la información visual. No obstante, durante el período de entreguerras y el crack de 1929, Playfair, no sólo se limitó a inventar los gráficos estadísticos sino que creó la utilización del color como elemento informativo, no únicamente estético.

Durante el siglo XIX, las fórmulas de representación de datos estadísticos no aparecen en demasía en prensa, sólo en el crack de la bolsa de Nueva York. En el siglo XIX se desarrollan los cartogramas que unen los mapas y la recién inventada información estadística (el ejemplo más claro es el gráfico electoral por distritos). En 1826, Charles Duplin desarrolló el cartograma (sobre analfabetos, 1826), mientras que los mapas de flujos fueron inventados por Henry Drury Harness.

La cumbre de estos conocimientos se producen en pleno siglo XIX gracias a la evolución de los datos estadísticos concebida por Charles Joseph Minard (1861), quien logró reproducir la invasión de Napoleón a Rusia, al tiempo que se refleja la sucesiva pérdida de soldados. De hecho, es mucho más que un mapa pues realiza sus explicaciones desde una perspectiva cronológica, temporal junto con el factor temperaturas.

En el siglo XX, concretamente en el periodo de entreguerras, nace la disciplina del diseño funcionalista, justo en el periodo que triunfa la Bauhauss. El funcionalismo elimina los elementos sobrantes, de forma que prima la función, la eficacia frente a la forma. Otto Neurat, filósofo vienés, inventa en 1924 el Isotype: una forma de transmitir información a través de un sistema universal icónico. Pretende utópicamente ser una galería de pictogramas y símbolos capaces de explicar la realidad más allá de las palabras, siempre muy visual, básica y simple. Por su parte, los pictográficos utilizan datos visuales y los representan con la estadística. Están basados en la idea de relacionar mapas con la información; en este caso se relacionan gráficos estadísticos con imágenes, con pictogramas, a principios de siglo.

El Isotype inspira la utilización de iconos con un lenguaje más o menos universal. Los pictogramas pretenden ser lo más simple posibles porque pretenden explicar generalidad, sin embargo, no dejan de formar parte de una determinada cultura visual propia de Occidente.

El ejemplo más evidente de sistema icónico tiene lugar en 1974 cuando el Departamento de Estado de EE.UU creó, a través de la empresa Aiga, 50 elementos a fin de unificar los distintos iconos utilizados en el transporte. La cultura visual de la actualidad, por tanto, no se tenía previamente, hace 30 años.

Los primeros pictogramas para representar los deportes olímpicos se crearon en Japón, aunque adquirieron mayor significación en los Juegos de Munich. La traslación del funcionalismo visual a la cartografía de mapas tiene el ejemplo más claro en el mapa del metro de Londres de 1933.

INFOGRAFÍA MODERNA. ERA PREINFORMACIONAL

En la segunda mitad del siglo XX existen destellos de la utilización (dimensiones) de gráficos en prensa. La revista teutona *Der Spiegel* ya en los años cincuenta comienza a emplear iconos y gráficos estadísticos, saltándose la rigidez de las normas de composición de la época. Algunos de ellos resultan sorprendentes y destacan como intento de trabajar con gráfico más elaborados. En este sentido, *The New York Times* tomará su relevo en 1965 con la sencilla pero eficaz representación de las órbitas espaciales, o la introducción en 1976 de gráficos de barras para encuestas electorales (en 1980 también realizará mapas). No obstante, esto todavía son intentos sencillos e iniciales.

Peter Sullivan y The Sunday Times.- La primera base sobre la que se construyó la infografía moderna y actual surgió en *The Sunday Times* (edición dominical del diario más prestigioso de Gran Bretaña) en la década de los setenta de la mano de Peter Sullivan. Una época en la que todavía no existían los ordenadores y era imprescindible realizar todo a mano. Sullivan era un buen dibujante, porque tal y como exigía el momento, provenía del mundo de las Bellas Artes. Su estilo, con una estética similar a la del cómic, es muy realista.

Nigel Holmes y la revista Time.- Discípulo de Sullivan en *The Sunday Times*, Nigel Holmes marchó a la popular revista estadounidense, *Time*, donde creó una poderosa sección de infografía que se caracterizó por el uso del color y la configuración de un estilo propio, muy limpio y similar a los trazos de ordenador (que sin embargo estaba conseguido a mano). Da un paso más allá en la ruptura respecto a seriedad de los Isotype, combina los gráficos

estadísticos con imágenes y los convierte en información. Holmes es un puente entre el dibujo realista de su maestro, Peter Sullivan, y el movimiento esquemático y plano del Isotype. Trabajaba dos días a la semana.

Importancia y revolución del USA Today.- El primer diario de tirada nacional no inventó nada nuevo en el panorama mundial, ya que utiliza los gráficos introducidos por Nigel Holmes. Sin embargo, es el primer periódico en implantar los gráficos a gran escala en la prensa generalista. De hecho, *USA Today* publica a diario un gráfico distintos en la portada de cada uno de sus cuadernillos (cuatro en total), snapshots, más el resto de elementos que requiera cada una de las informaciones del diario. Destaca la creación de una sección en el diario en un modelo de diseño del propio medio que integró de manera fundamental la infografía. El tipo de dibujo utilizado por el *USA Today*, más cercano al mundo del cómic, puede parecer alejado de la infografía efectuada en España, pero casa a la perfección con el modelo de prensa que representa, hasta el punto de ser revolucionario en algunos aspectos:

Tratamiento de las informaciones: textos más cortos.

Nueva filosofía: destaca las buenas noticias, más lúdico y optimista.

Los gráficos son muy coloreados, muy llamativos, aunque en su primera época la informática todavía no estaba muy desarrollada. Esto confirma que la explosión de la ilustración y del gráfico es anterior a los ordenadores. En la actualidad *USA Today* ha cambiado en parte su estética, aunque sus inicios son fundamentales para el conjunto del periodismo.

Al margen de los snapshot, hay otro tipo de gráficos introducidos por este diario estadounidense que han marcado un hito histórico, hasta el punto de ser copiados por toda la prensa y televisiones del mundo (significó una apuesta definitiva por la infografía y el color): los mapas del tiempo. De este modo, USA Today introdujo una forma de conocer la información meteorológica a través de tramas de colores en función de la temperatura. Incorpora el también el comentario meteorológico de forma visualmente atractiva, en 3D y a toda página. En la actualidad esta última característica ya no se produce.

John Grimwade y The Times.- Desarrolló en los años ochenta un estilo muy limpio basado en perspectivas isométricas e iconos sin fuga. Técnicas que posteriormente se aplicarían con

la llegada de los ordenadores, lo que demuestra que la estética de la infografía es plenamente contemporánea.

Era informática.- La informática desembarcó en un momento concreto que favoreció las aspiraciones de España, el actual líder en calidad e innovación en las infografías por ordenador.

Nace la autoedición.- Aparecen los primeros ordenadores con ciertas dotes de procesador de textos. El Macintosh de Apple(1986) permitía ver gráficos, aunque de forma muy rudimentaria y limitada.

Agencias de prensa (1986-1989).- Gracias a los ordenadores, las agencias se dan cuenta que pueden diseñar gráficos y enviarlos por ordenador a los diarios suscritos (enviar digitalmente datos visuales), ya que muchos de ellos no tenían capacidad para crear infografías.

Los diarios cambiaban sólo el idioma y algún elemento de lugar, lo que permitía al encargado de diseño del diario trabajar y familiarizarse con gráficos en Mac, y a los editores demandar nuevos de temática local. Reuters es la agencia más importante en cuanto a volumen, mientras que KFT destaca por su calidad.

Aumento de la competencia. En 1990, con *El Mundo*, *El Sol*, *Diario 16* e *Independiente* a pleno rendimiento se produce un aumento de la competencia, tras un periodo de hegemonía absoluta de *El País*. Especialmente *El Mundo* y *El Sol* apostaron desde un primer momento por la infografía. En este sentido, *El Sol* nació como un diario muy visual, con portada a todo color. De hecho, es el primer periódico 'digital' del mundo, es decir, completado a través de un proceso digital para el color, textos, etc. Similar a *USA Today*, era contrapuesto a la seriedad de *El País*.

El hito de la I Guerra del Golfo desató una avalancha de gráficos en una batalla peculiar en la que no había periodistas en un frente escaso, pues la ofensiva terrestre se prolongó durante sólo 10 días (sólo dos en Bagdad, entre ellos el español Alfonso Rojo). Durante el desarrollo del conflicto *El Sol* sacó diariamente una doble página a todo color (un esfuerzo extraordinario impuesto por los editores sin demasiada razón, ya que informativamente no

aportaban gran cosa). Es una etapa de gran experimentación que permitió el desarrollo de la infografía en todo el mundo, pero especialmente en nuestro país, que tras la guerra experimentó otro gran acontecimiento de talla mundial. Los Juegos Olímpicos de Barcelona, y en menor medida la Exposición Universal de Sevilla impulsaron la infografía de calidad y convirtieron a España en un referente mundial de esta especialidad en tan sólo dos años, circunstancia que todavía hoy ostenta. No obstante, en la actualidad la tendencia es a aumentar el número total de gráficos pero reducir el tamaño de los mismos.

Premio Malofiej. Desde 1993, la Sociedad Mundial de Diseño de Periódicos (SND, en inglés) reparte anualmente los premios Malofiej en Navarra. España se convierte en el territorio especializado (junto a EE.UU) donde acuden todos los gurús de la infografía; el lugar donde se celebran todos los cursos de formación, etc. Estas cinco razones explican la supremacía española en infografía, tal y como refleja el palmarés anual de los premios Malofiej (así llamados en homenaje al cartógrafo argentino Alejandro Malofiej, quien durante gran parte de la década del 70 y comienzos de los 80 realizó gráficos y mapas en diarios y revistas de su país; no recibieron el nombre de Peter Sullivan porque éste todavía esta vivo en su creación).

Relación de los periodistas y los infografistas.- En sus orígenes los infografistas provenían del campo de las Bellas Artes y el diseño gráfico, o bien del ámbito de la informática. Cada vez es más común encontrar secciones de infografía en las que comparten espacio de trabajo periodistas infográficos y diseñadores de información procedentes del campo del diseño gráfico, así como de las bellas artes. Aunque lo relevante de la infografía periodística es la información, cada vez se cuida más el aspecto en el que se presenta, puesto que es determinante una rápida y clara respuesta visual por parte del lector.

De este modo, se equipara al periodista gráfico con el literario. Éste último ha de trabajar siguiendo las pautas deontológicas adecuadas y contar con una especialización temática (economía, sucesos, etc.). La infografía, por su parte requiere no sólo de unos conocimientos periodísticos y de la lógica especialización en sus técnicas y posibilidades creativas, sino que además requiere cumplir otra vertiente, la tecnológica (hiperespecialización). No en vano, un infografista ha de desarrollar un profundo conocimiento de las herramientas de diseño gráfico asistido por ordenador como Illustrator o Photoshop. Además, para el desarrollo de

infografías multimedia o interactivas, cada vez está más extendido el uso de programas como Flash o Processing.

La formación de un infografista de alto nivel tradicionalmente se estructura en tres fases. El de mayor calidad cuenta con al menos tres años de estudio; aunque la capacidad periodística es la determinante, el periodista interesado en esta disciplina cuenta con un amplio recorrido para llevar a cabo su especialización. La tecnología puede ayudar, que no suplir, la carencia en educación estética, pero no la informativa. Alberto Cairo tiene muy claro que es fundamental que el infografista esté especializado en diseño, pero considera imprescindible la dimensión periodística del mismo, muy por encima de la faceta artística. Otros infógrafos, sin embargo, creen que el equilibrio entre información y diseño es la única vía para una total comprensión de lo que es noticia. De la misma manera, el diseño de los signos nos permite leer las letras del vocabulario sin confundir unas con otras.

El paso definitivo a la igualdad del infografista con el periodista literario se produjo en España en el diario El Mundo. Fue el primer medio en equiparar ambas condiciones dentro de la Redacción, tal y como sanciona en su libro de estilo: ambos deben desplazarse al lugar de los hechos, tienen como objetivo tratar de informar con detalle y la obligación de conocer la información al máximo. La primera vez que se desplazó un infógrafo más allá de la Redacción fue Mario Tascón (El Mundo) a Puerto Hurraco, acompañando al fotógrafo y al redactor literario.

El infógrafo de *St. Pittsburg Times* y consultor de El Mundo en los primeros pasos de la sección, Jeff Goertzen, considera que los infógrafos tienen la misma cualificación que cualquier periodista, aunque utiliza herramientas distintas. Por tanto, la consideración de redactor gráfico, literario o infografista es de igualdad incluso jerárquica, pues ambos trabajan tres parcelas distintas de la información. Esto significa que el redactor literario no puede imponer ninguna decisión al infógrafo. En realidad, la Redacción debe informarle de la noticia, y éste analizarla y negociar su extensión y características.

Por tanto, la equidad se manifiesta en tres puntos:

A la hora de establecer tamaño y forma de los gráficos.

Justificación. Tiene que estar justificada la realización de una infografía. Es decir, requiere de información suficiente y veraz, no podemos añadir detalles que no estén contrastados.

Tiempo de ejecución. El volumen de trabajo no depende exactamente del tamaño. Ambos no están relacionados. Por regla general, se suele afirmar que una infografía requiere de al menos el mismo tiempo de ejecución como de realización/preparación.

Colaboración del infografista con los periodistas literarios y gráficos.- La colaboración entre las tres disciplinas de periodistas ha de ser absoluta. Ahora bien, el desplazamiento del infografista al lugar de los hechos es más bien una situación idílica que no suele producirse en realidad. Hay que trabajar codo con codo con los redactores, que serán los encargados de tomar las notas necesarias para desarrollar la infografía posteriormente. Por ello el periodista literario debe conocer la ejecución de gráficos para trabajos anexos a comunicación, no tanto de alto nivel. Es esencial aprender a trabajar con el infografista, pues en cierto modo seremos sus ojos. El redactor literario no sólo debe tomar notas de las declaraciones y seleccionar la información, sino realizar un croquis y esquemas para que el infografista realice su trabajo.

Los fotógrafos, por su parte, también desempeñan un papel importante. Con las fotos generales facilitan mucho la tarea de infografía. Es muy importante la eficacia a la hora de transmitir la información, que debe ser también muy exacta. Sin embargo, en muchas ocasiones los fotógrafos renuncian a hacer este tipo de trabajos porque a su juicio no repercuten en su interés personal.

La infografía como recurso didáctico.- Las nuevas tecnologías han transformado nuestra sociedad, los modos de vivir y pensar. Estos cambios han influido en las formas de presentar la información en los diferentes medios de comunicación, que posteriormente se trasladan al ámbito cotidiano del aula intentando optimizar los procesos de enseñanza. Dentro de estos espacios informativos, las transformaciones más radicales se pueden vislumbrar en la década del 80 donde las tecnologías tuvieron un fuerte impacto en la prensa gráfica lo cual permitió la incorporación de la informatización y por ende, el empleo de nuevos recursos visuales. Ante la inminente supremacía de la imagen, los medios gráficos generaron nuevas herramientas con el fin de atraer a un público con renovados hábitos lectores - caracterizado por una lectura veloz y fragmentada- a través de la implementación de infografías. De esta manera, esta técnica: "La Infografía", produce nuevos parámetros de producción que permite

optimizar y agilizar los procesos de comprensión basándose en una menor cantidad y una mayor precisión de la información, anclada en la imagen y el texto.

La infografía surge como una herramienta que permite dar algunas respuestas ante la celeridad en los procesos de producción y circulación de información, junto a los permanentes avances científicos y tecnológicos. Estos fenómenos imponen verdaderos desafíos a la educación, en términos de brindar las herramientas necesarias para que los alumnos dispongan de habilidades y competencias necesarias para seleccionar información, resolver problemas, tomar decisiones.

La infografía

Definición.- El término Infografía se deriva del acrónimo de información + grafía. Es un término periodístico que tiene como objetivo informar de manera diferente, por medio de dibujos, gráficos, esquemas, estadísticas y representaciones. Por lo tanto, es un medio de comunicación que llega al receptor de forma visual, Nigel Colmes, uno de los infografistas más prestigiosos del mundo, define este término como: "hacer entendibles los números, los procesos y los hechos".

La infografía sirve para explicar temas difíciles de modo que, el receptor pueda comprender la noticia. Por ejemplo, si quiero hacer una infografía de crónica roja sobre, de los hechos de un delito. Debo preguntar hasta el mínimo detalle del suceso. Como por ejemplo: ¿a qué hora murió? ¿Cómo murió? ¿Cuál fue el arma asesina? , si sabe, quién es el asesino y por qué decidió matar a esa persona. También hablar, con la policía ayuda a descubrir cada mínimo detalle del hecho. Luego, hay que dirigirse al periódico o medio donde se trabaja y hacer un boceto de la imagen de la noticia.

Después se lo pasa a la computadora, para así publicarlo al día siguiente. De esta manera, el lector podrá cubrir cualquier duda e inquietud acerca del tema y a su vez estará correctamente informada. Muchas veces se utiliza la infografía para poder explicar temas, en los que se utilizan lenguajes técnicos como en ciencias naturales, medicina, economía, etc. Ya que, se ha comprobado que el lector presta más atención a lo visual, y en especial a

los infogramas. Se dice que para que las infografías lleguen a ser elementos bien estructurados, deben contar con un gráfico y, pequeños textos explicativos. Como consecuencia, se hace más rápida la composición, haciéndolos más efectivos que un mapa un dibujo o una foto.

La infografía ha sido considerada por muchos como la raíz de las artes, por ejemplo, las conocidas pinturas rupestres de Chauvet (Francia) son consideradas como las primeras representaciones infográficas ya que en vez de ser cualquier pintura normal de un paisaje o algo, estas eran muy explicativas dando a conocer que pasó en ese tiempo.

Se dice que, Leonardo Da Vinci, uno de los grandes pintores del renacimiento, anotaba sus ideas sobre investigaciones realizadas en forma de dibujos claramente explicativos. Por lo tanto este pintor, que también fue ingeniero e inventor, utilizó la infografía sin notarlo. Otro ejemplo es el de Nicolás Copérnico; Quien en 1543 usó la infografía. Cuando desarrolló un gráfico con el que mostraba el cambio en el concepto tradicional del universo. Por medio de esta infografía se empezó a desarrollar la astronomía moderna. Inclusive se cree que, los planos y esquemas de los arquitectos y constructores, junto con los primeros mapas, fueron los primeros infógrafos.

Antecedentes de la infografía periodística

La infografía en la prensa

Desde que la prensa nace el siglo XVIII, muchos medios ya incluían en sus tiradas diarias mapas, hechos en su mayoría con poco conocimiento de cartografía, pero que servían ya que orientaban geográficamente a los lectores, en una época en que algunos pocos sabían que era un mapa. En sus comienzos la infografía fue una derivación de lo que Hodgson (1977) denominó “Pictorial Journalism” que no era más que el uso de dibujos para acompañar información.

Este concepto se utilizó hasta muy entrado el siglo XX: la infografía sería considerada como los dibujos o ilustraciones que adornan la información y a sus creadores como dibujantes. Este estigma ha sido el principal problema por el cual hasta el día de hoy muchas redacciones consideran al infografista como un dibujante y no un comunicador o periodista visual. Pero pese a todo el avance y cambios que ha tenido el uso de la infografía en lo

medios en los últimos años, todavía hoy existen periódicos donde la infografía sigue ilustrando y tapando huecos en las páginas y no crean que esos diarios están en el tercer mundo o perdidos en alguna isla del Pacífico, esos medios están muy cerca de nosotros.

El surgimiento de la infografía moderna

El gran salto de la infografía en las redacciones fue de la mano de uno de los medios de comunicación más innovador: el USA Today, primer periódico norteamericano que circulaba a nivel nacional. Inspirado en el lector de los '80 que ya se informaba por la televisión, que cada vez tenía menos tiempo para hojear con tranquilidad un periódico todos los días y aquel que ya veía y entendía su realidad a color y no en blanco y negro.

El USA Today marcó diferencia por su arquitectura informativa con textos breves, concisos y de ágil lectura, además de ofrecer entradas a la información con: destaques, punteados, textos anidados, apoyos y otros muchos que al día de hoy son frecuentes encontrar en la prensa actual. Importante también fue la forma de ordenar sus cuerpos o cuadernos bien definidos por un color específico e impresos independientemente. Pero lo que revolucionó y cautivó al lector fue el mimo que le entregaron a la información visual. Grandes fotografías, expresivas, que contaban historias y transmitían emociones y sobre todo... Infografías diarias y en cada cuerpo!.

Son famosos los gráficos estadísticos que se publicaban todos los días en la portada del diario y en la portada de cada uno de sus cuadernos, los llamados: Snapshots que de forma inteligente comparaban, mostraban diferencias y daban oportunidad al lector para que saque sus propias conclusiones. Su página del tiempo, utilizando el color como un lenguaje para comunicar las temperaturas revolucionó y dio mayor importancia a los datos del tiempo en el periódico.

La infografía al día de hoy.-Actualmente la tendencia en las infografías es más analítica que ilustrativa. Se buscan infografías que tengan un importante impacto visual pero también que sus gráficos y esquemas transmitan información, comparación y datos que le permitan al lector navegar por el gráfico. El resumen visual y el análisis de la información son las bases de estos gráficos, menos artísticos, pero más ricos en contenido y datos.

Modelos infográficos

Además de la tipología, Valero alude a lo que considera modelos de infografías más comunes dentro de los medios digitales. Habla, en concreto, de los siguientes modelos:

1) Guerras: Describen los diversos escenarios y lugares de los hechos con secuencias de mapas y también con los aspectos más relevantes del conflicto bélico, por ejemplo, los contendientes, el contexto en el que se desarrolla

2) Eventos deportivos: Son típicos los de juegos olímpicos, mundiales de fútbol u otro deporte. No están tan apegados a las noticias de actualidad, sino más bien a las aportaciones detalladas que se pueden ofrecer sobre la competición, el lugar donde se desarrolla, las estadísticas...

3) Catástrofes y accidentes: Se describen los diversos aspectos de una catástrofe o tragedia, en ella se ven desde lugares con mapas y planos a detalles representativos como recuentos de víctimas, las causas del siniestro, cómo se produjo. Todo con lujo de detalles.

4) Estudios documentales: No suelen abordar los temas de las noticias de actualidad más inmediata, aunque son complementos documentales que apoyan o explican algún asunto significativo de la información. En la mayor parte de los casos, se trata de documentos didácticos que se muestran en las diferentes infografías con todos los datos de cada concepto. Son muy explicativas del tema que abordan.

5) Elecciones diversas: Sin duda alguna, las citas electores suelen ser objeto de numerosas infografías, donde se recogen estudios alfanuméricos y datos con los resultados, los partidos, la participación y normalmente una comparativa con respecto a otros eventos electorales de idéntica índole.

Historia del Periodismo Ecuatoriano

CICLO 1830 - 1845

En este periodo existe como factor predominante la influencia totalitaria de Juan José Flores, proclamado Presidente de los que fueron los territorios de la Real Audiencia de Quito, que separada de la Gran Colombia tomaría por nombre Ecuador y por capital a Quito. Los 15

años que dura este ciclo fue interrumpido por el periodo presidencial de Vicente Rocafuerte, resultado del primer intento de acuerdos entre la “oligarquía exportadora” de la costa representada por Rocafuerte, y los “terratenientes serranos”, representados por Flores el que se casa con una dama de la más aristocrática familia de Quito (Jijón), constituyéndose a su vez en la imagen de la alianza entre el militarismo extranjero y la aristocracia criolla.

La característica del gobierno de Flores es la improvisación administrativa, llegando hasta la falsificación de monedas, con la complicidad oficial. Con respecto a esto, Pedro Fermín Cevallos dice: “Las monedas falsificadas se llamaban “bregues” o “chifis” y una vez que el gobierno obligó al pueblo en aceptarlas, y cuando estaban muy difundidas entre los pobres, las declaró sin valor alguno”.

Flores acusaba al ministro de Hacienda, diciendo que fomentaba la fabricación de monedas falsas, porque tenía cuño en su casa. A su vez el ministro de Hacienda, Valdivieso acusaba a Flores de manejos fraudulentos en la Aduana y Tesorería Departamental, en Guayaquil. Olmedo en una carta confidencial detalla los fraudes y ganancias que había hecho Armero, Medracha, Ibáñez, Pereira, Espantoso y otros militares extranjeros, que eran esbirros fieles a Flores.

Pedro Moncayo en contraposición a Pedro Fermín Cevallos dice: “Sabe, Cevallos, la inversión que dio Flores a los 300.000 mil pesos que le entregaron los acaparadores en Guayaquil. ¿Sabe con qué dinero compró las valiosas haciendas de la Elvira y la China?. Durante el gobierno de este famoso charlatán, ¿vió alguna vez el balance de las rentas públicas y de las cuentas de ingresos – egresos del tesoro nacional?. Y si no las vió, como se atreve a defender la probidad de un hombre que subió desnudo a la Presidencia y descendió con más de 400.000 pesos”.

Durante este período no gozó la prensa de respaldo ni respeto en el ejercicio de su misión. Fue más bien el período en el que murieron varios de los pioneros del periodismo nacional. Entre ellos el más importante, Francisco Hall que junto a Pedro Moncayo fue fundador del más importante periódico y el primero con una dura y determinante ideología liberal. Junto con Hall asesinan cobardemente al General José María Sáenz (hermano de Manuelita Sáenz) y a don Ignacio Zaldumbide, al igual que a Pacífico Chiriboga, Nicolás Alban, José Conde,

Camilo Echanique. El 30 de octubre de 1833, amanecen sus cadáveres colgados de los faroles. El de Francisco Hall, desnudo en la Plaza de San Francisco, es cubierto por las monjas del Carmen. Pedro Moncayo y los demás miembros de la Sociedad del Quiteño Libre logran huir a Colombia. En Popayán, éste saca un periódico, la Voz del Ecuador, comandando la lucha antifloreana.

PRINCIPALES PERIODISTAS

Francisco Hall (Primer mártir del periodismo Ecuatoriano).- Merece figurar en la historia del Periodismo Ecuatoriano, a pesar de su nacionalidad británica, por ser el fundador de El Quiteño Libre. Vino al Ecuador al servicio de Bolívar, por recomendación del notable filósofo y político británico, Jeremías Bentham, como una prueba de amistad que tuvo con el padre del utilitarismo y cuya influencia en el pensamiento político del libertador fue importante, a tal punto de haber puesto en práctica los principios Benthianos en la constitución bolivariana.

Hall fervoroso adepto de las ideas de Bentham las difundió en el Quiteño Libre asumiendo una actitud combativa frente al gobierno del General Flores. En enero de 1832 es tomado preso por motivos nimios (falta de respeto a la autoridad), siguiéndosele un juicio criminal en el que se puede apreciar la sin razón de esta causa y la defensa manuscrita que el efectúa, pidiendo su libertad, por falta de cargos.

EL PADRE DEL PERIODISMO REPUBLICANO, PEDRO MONCAYO

El Quiteño Libre fundado por el Coronel Hall tuvo como editor responsable a Pedro Moncayo, considerado como el padre del periodismo republicano y el primer forjador de la Patria, en cuyo espíritu se forma también la rebeldía y el estilo de Montalvo, quien fue su secretario durante un largo tiempo, marcando una era en la historia periodística de este país. El luchador implacable luego del Quiteño Libre funda varios periódicos como el viejo Chihuahua en Guayaquil; en el destierro, en Piura, La Linterna Mágica; además El Progresista (1847), Fray Francisco y el Padre Tarugo (1847), El Rebenque (1847) y La Linterna Roja.

Esta última redactada por Moncayo desde Lima, curiosamente es distribuida por García Moreno, enemigo en ese entonces del tirano Flores. Moncayo lucha hasta el triunfo de la Revolución Marxista.

VICENTE ROCAFUERTE.- Alcanza resonancia continental y se proyecta al lado de los hombres eminentes de su tiempo. Diplomático en Londres al servicio de México, colaboró al reconocimiento de la emancipación de las Republicas Hispanoamericanas por el gobierno británico.

Escribe en los periódicos de Londres, editados por españoles o americanos en defensa de la Independencia. El periodismo fue instrumento de difusión de sus ideas pudiendo ubicarse como un escritor polémico y un ensayista a lo británico.

El mismo define su estilo indicando: “Mi estilo es incorrecto y plagado de galicismos, poco caso ha hecho de la armonía de las palabras, de la rotundidad de las frases; he sacrificado la elegancia y el buen gusto a la exactitud de las ideas, a la utilidad de los sentimientos y a la oportunidad de las teorías más conducentes al desarrollo de la moral y las facultades intelectuales, físicas y productivas del hombre de sociedad”. Su obra tiene gran influencia del filósofo Bentham.

El Ecuatoriano del Guayas fue un periódico que alcanza notable influencia en el país; esta publicación durante algún tiempo combatió fuertemente la política de Rocafuerte cuando era presidente y en su segunda etapa recibió la inspiración de este, su antiguo enemigo. El Ecuatoriano del Guayas por una de sus actuaciones anticlericales fue excomulgado.

PRINCIPALES PERIÓDICOS:

Los principales periódicos que se publican en la presente etapa son:

- | | |
|-------------------------------------|----------|
| * El Hombre Libre. | Año 1832 |
| * Las Facultades Extraordinarias. | Año 1833 |
| * Gaceta del Ecuador. (Gobiernista) | Año 1834 |
| * El Semanario Eclesiástico. | Año 1835 |
| * La Balanza. | Año 1839 |
| * El Argos a Favor de Flores. | Año 1839 |
| * El Amigo de la Sociedad. | Año 1839 |

* El Ultramontano.	Año 1839
* La Verdad Desnuda.	Año 1843
* La Concordia.	Año 1843
* La Luz.	Año 1843
* La Razón.	Año 1841
* Las Armas de la Razón.	Año 1845

Ventajas y Desventajas de los Medios

La siguiente información le ayudará a tomar buenas decisiones sobre su publicidad. Recuerde siempre que: cada mensaje debe verse de manera individual e independiente lo que funciona en un medio específico no significa que funcionará siempre y en todos los medios.

Ventajas del Periódico:

Los periódicos continúan siendo el medio principal para los anunciantes en términos de la cantidad de dólares invertidos. Los periódicos que se publican diariamente alcanzan una audiencia diversa y amplia. La audiencia se concentra en regiones específicas. Los consumidores buscan los anuncios en los periódicos; así pues, son más receptivos a los mensajes publicados en ese medio.

La esencia de los periódicos es la de publicar información de sucesos que ocurrirán inmediatamente puesto que publican los eventos a llevarse a cabo diaria, semanal o mensualmente. Esto le permite desarrollar su mensaje de acuerdo a los eventos que sucederán en momentos claves, ya sea, el fin de semana o la temporada de pagar las contribuciones.

La inmediatez de los periódicos que se publican diariamente le permitirá predecir el momento idóneo para publicar su mensaje dentro de un esquema temporal predecible el periódico del martes se leerá el martes, para que usted pueda saber cuándo los lectores verán su mensaje. El espacio no tiene límites en los periódicos. Usted podrá escribir mensajes largos, o sólo unas cortas líneas.

Anuncios de mayor tamaño, le costarán más. Los periódicos han logrado avanzar en cuanto a sus capacidades tecnológicas para poder ofrecer una reproducción de fotos y colores de mejor calidad.

Además, ya pueden ofrecer una mayor y mejor gama de colores. Los lectores se involucran activamente en la lectura del periódico.

El hecho de que deben sostenerlo y virar sus páginas produce una mayor atención en los anuncios.

Desventajas del Periódico

No es un buen medio para audiencias específicas. Aunque usted quiera dirigir su mensaje sólo a los dueños de bicicletas, el mensaje llegará a todo el mundo. Sin embargo, algunos periódicos publican unas ediciones dirigidas a unas regiones específicas, lo que le permitirá pautar su mensaje en la edición que cubra el área geográfica deseada.

Por ejemplo, usted podría publicar el anuncio de entregas a domicilio de su pizzería en la sección Noticias del Noroeste que se distribuye exclusivamente en la sección noroeste de la ciudad.

Aunque la tecnología moderna haya mejorado bastante, la reproducción de fotos ha sido considerada por largo tiempo una desventaja en el uso de periódicos como medio de publicidad. El problema reside en el hecho de que los periódicos deben utilizar papel barato para mantener sus costos bajos. Nadie quiere pagar \$2.95 por el periódico diario.

El papel barato no absorbe la tinta tan bien como papel de mejor calidad, lo que afecta adversamente la claridad de las fotos.

Muchos anunciantes consideran que el periódico es el mejor medio para llegar a las audiencias locales. Esto crea una gran competencia dentro del periódico y resulta en la aglomeración de anuncios.

El periódico no es el medio más popular para ciertas edades. Su fortaleza mayor reside en los llamados Baby Boomers. Muchos periódicos han comenzado a publicar secciones dirigidas a adolescentes y niños, pero su efectividad está aún por verse. Los periódicos son estáticos y bidimensionales. El advenimiento de los periódicos electrónicos podría cambiar esto en el futuro.

— Medio de Prensa en Medios
— Por no decirlo

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LA LEY DE COMUNICACIÓN

Un Estado, cualquiera que fuere la naturaleza de su origen y la línea en su proceder, jamás trascendería si no lograra acaparar y contar con la colaboración de la Ley como su aliada.

I) INTRODUCCIÓN.-

El Estado Constitucional de derechos y Justicia, jamás podrá lograr la consecución de sus fines sin leyes que acerquen los preceptos constitucionales a la realidad social temporal y espacial, más aun ahora que hemos vivido un cambio de esquema constitucional y ha sucedido la aprobación de nuevas teorías y versiones jurídicas para el ejercicio y goce de los derechos fundamentales.

Así pues la Constitución ecuatoriana se muestra como garantista y progresista en el reconocimiento y aplicación de los derechos, esto se pone en evidencia y se comprueba mediante la lectura del Art. 11 numeral tercero, de la Constitución de la República del Ecuador:

La propiedad social de los contenidos, es decir de la información noticiosa que nace de los hechos sociales, por lo tanto es la sociedad en pleno y no segmentada la que posee el título de propiedad y autoría de aquellas noticias nacidas de las informaciones de interés general.

Sin embargo es fundamental distinguir la línea frágil que existe entre el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la privacidad, ambos derechos humanos, ambos de jerarquía igual; por ello el uno no puede vulnerar al otro.

II) BASE LEGAL:

La normativa nacional o internacional que para efectos de argumentar y dar sustento jurídico a mis versiones y criterios he observado es la que a continuación transcribo, esto sin perjuicio de las que se adjuntan para sostener las propuestas en ciertos artículos.

A) INSTRUMENTOS INTERNACIONALES.-

Declaración Universal de los Derechos Humanos

Artículo 19 – Derecho a recibir informaciones y opiniones.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos

Artículo 19.2 - Libertad de expresión.- Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

B) DERECHO COMPARADO.-

Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales.

Artículo 10.1 - Libertad de recibir o comunicar informaciones o ideas

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas, sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras.

C) DERECHO ECUATORIANO.-

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelarará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

CAPITULO I

DE LA CONSTITUCION, FINES Y OBJETIVOS DEL SISTEMA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

Forman parte del Sistema Nacional de Educación Superior ecuatoriano:

a) Las universidades y escuelas politécnicas creadas por ley y las que se crearen de conformidad con la Constitución Política y la presente ley. Estas podrán ser públicas financiadas por el Estado, particulares cofinanciadas por el Estado y particulares autofinanciadas; y,

b) Los institutos superiores técnicos y tecnológicos que hayan sido autorizados por el Ministerio de Educación y Cultura y que sean incorporados al Sistema, así como los que se crearen de conformidad con la presente Ley.

Art.3.- Las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior ecuatoriano, en sus diferentes niveles, tienen los siguientes objetivos y Estrategias fundamentales:

c) *Ofrecer una formación científica y humanística del más alto nivel académico, respetuosa de los derechos humanos, de la equidad de género y del medio ambiente, que permita a los estudiantes contribuir al desarrollo humano del país y a una plena realización profesional y personal;*

Art.8.- La educación en las universidades, escuelas politécnicas e institutos superiores técnicos y tecnológicos públicos será laica y financiada por el Estado, al tenor de lo que dispone la Constitución Política de la República del Ecuador.

CAPITULO V DE LOS INSTITUTOS SUPERIORES TECNICOS Y TECNOLOGICOS

Art. 21.- Los institutos superiores técnicos y tecnológicos son establecimientos que orientan su labor educativa a la formación en conocimientos técnicos o al fortalecimiento sistemático de habilidades y destrezas. Podrán establecerse y ser admitidos al sistema, institutos superiores de igual naturaleza, en carreras humanísticas, religiosas, pedagógicas y otras especialidades de post-bachillerato.

CAPITULO VII DEL REGIMEN ACADEMICO DEL SISTEMA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

Art.42.- Son instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior:
a) Las universidades y escuelas politécnicas, que son instituciones académicas que brindan formación en áreas profesionales y disciplinas científicas y tecnológicas; desarrollan investigación social, científica y tecnológica de manera permanente y mantienen programas

de vinculación con la colectividad, orientados al desarrollo social, económico, político y cultural del país; y,

Art.43.- Para ingresar al nivel de pregrado en el Sistema Nacional de Educación Superior, habrá un Sistema Nacional de Admisión y Nivelación al que se someterán todos los estudiantes.

Art.44.- Los niveles de formación que imparten las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior son:

a) Nivel técnico superior, destinado a la formación y capacitación para labores de carácter operativo, corresponden a este nivel los títulos profesionales de técnico o tecnólogo;

b) Tercer nivel, destinado a la formación básica en una disciplina o a la capacitación para el ejercicio de una profesión. Corresponden a este nivel el grado de licenciado y los títulos profesionales universitarios o politécnicos, que son equivalentes; y,

c) Cuarto nivel o de postgrado, destinado a la especialización científica o entrenamiento profesional avanzado. Corresponden a este nivel los títulos intermedios de postgrado de especialista y diploma superior y los grados de magister y doctor.

Art.47.- En los centros de educación superior se garantiza la libertad de cátedra, entendida como la facultad de los docentes para exponer, con la orientación y herramientas pedagógicas que estimaren más adecuadas, los contenidos definidos en los programas de estudio de cada asignatura.

Art.48.- Se permitirá el funcionamiento de programas académicos específicos de universidades extranjeras en el país, siempre que medien convenios con una universidad o escuela politécnica ecuatoriana legalmente establecida, que los avale y posibilite. Estos convenios serán conocidos y supervisados por el CONESUP.

Art.49.- Los estudiantes, egresados o titulados de los institutos superiores técnicos o tecnológicos podría solicitar el reconocimiento de las materias aprobadas y matricularse en otras instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior, sujetándose al cumplimiento de los requisitos académicos establecidos en la entidad elegida.

CAPITULO IX DE LOS ESTUDIANTES

Art.59.- Para ser alumno de los centros de educación superior se requiere poseer título de bachiller, haber cumplido los requisitos normados por el Sistema Nacional de Admisión y Nivelación y las exigencias establecidas por cada centro de educación superior. Los centros de educación superior en ningún caso privarán del acceso a los aspirantes exclusivamente por tener bajos niveles de ingresos económicos.

Las propias instituciones establecerán programas de crédito educativo, becas y ayudas económicas, que beneficien por lo menos al diez por ciento (10%) del número de estudiantes matriculados, en la forma establecida en sus reglamentos. Serán beneficiarios quienes no cuenten con recursos económicos y para continuar recibiendo este apoyo deberán acreditar niveles de rendimiento académico regulados por cada institución.

Art.60.- Son alumnos de los centros de educación superior quienes, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley, se encuentren legalmente registrados o matriculados y participen, de acuerdo a la normatividad vigente, en cursos regulares de estudios de carácter técnico o tecnológico y de pregrado o posgrado.

Art.61.- Los requisitos de carácter académico y disciplinario necesarios para la aprobación de cursos y carreras, constarán en los respectivos estatutos, reglamentos y demás normas. Solamente en casos establecidos expresamente en el estatuto de la institución, un estudiante

podrá registrarse o matricularse hasta por tercera ocasión en una misma materia o en el mismo ciclo, curso o nivel académico.

Art.64.- De conformidad con los lineamientos generales definidos por el CONESUP y las normas que cada institución expida al efecto, los estudiantes, antes de registrar en el respectivo ministerio o colegio profesional su título, deberán acreditar servicios a la comunidad y prácticas o pasantías preprofesionales en los campos de su especialidad.

Estas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones del Estado, relacionadas con la respectiva especialidad, las que otorgarán las debidas facilidades

CAPITULO III

MARCO INVESTIGATIVO

3.1 DISEÑO INVESTIGATIVO MODALIDAD DE LA INVESTIGACION

En este proyecto utilizaremos la investigación de campo, porque nos permite obtener información a través de: *Encuestas, *Fichas Bibliográficas, *Observaciones

Además se basó en fuentes de los documentos que aparecieron en: *Revistas, *Libros, *Diarios, *Periódicos

A su vez nos permitirá solucionar parte del problema que ha sido detectado en la información de los medios de comunicación impresa del Cantón Milagro.

3.2 UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN TIPO DE INVESTIGACION

El proceso de investigación se identifica con:

*Bibliográfica, *Descriptiva, *De Campo (Observación), *Notas de pie de Página

*Todos los medios impresos del Cantón
(recopilación de periódicos) - Semanario "Pena
y Verdades", diarios "El Nacional" y
diario "El Regional"*

3.3 MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN: POBLACIÓN Y MUESTRA

La población está compuesta por 200 personas que leen los periódicos emitidos en el Cantón San Francisco de Milagro.

N=Población (200 personas)

Z=Error máximo admisible 1.96 a 1,80.

pq= Porcentaje mínimo de la muestra (0.5)

E=Coefficiente de error (0.05)

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 Npq^2}{(E)^2 (N-1) + Z^2 (pq)^2}$$

$$n = \frac{Z^2 Npq^2}{(E)^2 (N-1) + Z^2 (pq)^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 200 \cdot (0.5)^2}{(0.05)^2 (200-1) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{3.84 \cdot 200 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.05)^2 (200-1) + (1.96)^2 (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = \frac{3.84 \cdot 200 \cdot (0.25)}{(0.0025)(199) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{3.84 \cdot 50}{0.4975 + 0.96}$$

$$n = \frac{3.84 \cdot 50}{1.4575}$$

n= 3.84 (34.3053)

n= 131.73 personas

n= 132 personas

3.4 METODOS DE LA INVESTIGACIÓN TECNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

Las técnicas es indispensable, porque integra la estructura por medio de la cual se realiza la investigación entre ellas determina llevar el control de datos

Las técnicas que utilizaremos son:

***La Observación,**

***La Muestra,**

***La Encuesta,**

***Las Fichas y**

*** Las Fotografías.**

***LA OBSERVACIÓN.-**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho, para su posterior análisis.

-Observación Directa.- Es cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar.

-Observación Indirecta.- Es cuando el investigador entra en conocimiento del hecho, fenómeno o caso, observando a través de otras personas, tal como ocurre cuando nos valemos de libros, revistas, informes, grabaciones, fotografías, etc., las cuales has sido elaboradas por personas que antes observaron.

RECURSOS AUXILIARES DE LA OBSERVACIÓN-

***EL FICHAJE.-**

Es una técnica auxiliar, consiste en registrar los datos las cuales, están debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación, ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.

***LA MUESTRA.-**

Es fundamental para saber a cuantas personas se deben realizar las entrevistas, encuestas o Test. Se desarrolla para establecer a una cantidad mínima del universo. Se utiliza la **Muestra Aleatoria o Probabilística**.

Su fórmula es:

$$n = Z^2 \frac{Npq^2}{(E)^2 (N-1) + Z^2 (pq)^2}$$

$$Z = 1.96$$

$$N = 300 \text{ alumnos o padres de familia}$$

$$pq = (0.5)$$

$$E = (0.05)$$

***LA FOTOGRAFÍA.-**

Se comienza a convertir en un arte, además de un excelente instrumento de documentación: es memoria y es visualización; es crónica, es reflejo de situaciones humanas y en ocasiones es poesía, luz y color, es mensaje expresivo e interpretativo. Evolucionó más esta invención, con la realización de imágenes digitales a partir de Cámaras Digitalizadoras para Computadoras, sin película y que envían directamente la fotografía a los ordenadores, a disquetes, a CD y a Internet, así como a todas sus aplicaciones derivadas.

***LA ENCUESTA.-**

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

La información se recoge por muestras, por lo que no se aplica a la población total.

***EL CUESTIONARIO.-**

Es un instrumento para la recolección de información, que es llenado por el encuestado.

El diseño del Cuestionario debe utilizarse términos claros y precisos los espacios de llenados deberán ser suficientes para las respuestas.

CUESTIONARIO

1. Tiene conocimiento acerca del significado de infografía periodística..

TDA=	DA=	ED=	NA=
-------------	------------	------------	------------

2. Conoce de algún medio de medio de comunicación impresa del Cantón Milagro, que utilice infografía.

TDA=	DA=	ED=	NA=
-------------	------------	------------	------------

3. Piensa que al utilizar una infografía, interpretara más el contenido de la noticia.

TDA=	DA=	ED=	NA=
-------------	------------	------------	------------

4. Es necesario que se utilice la infografía en los periódicos, para culturizar a los lectores.

TDA=	DA=	ED=	NA=
------	-----	-----	-----

5. Considera que los medios impresos, tienen un diseño que cautiva la atención del lector.

TDA=	DA=	ED=	NA=
------	-----	-----	-----

3.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

CUESTIONARIO

1. Tiene conocimiento acerca del significado de infografía periodística.

TDA=	DA=	ED=	NA=	TOTAL= 132
------	-----	-----	-----	------------

2. Conoce de algún medio de medio de comunicación impresa del Cantón Milagro, que utilice infografía.

TDA=	DA=	ED=	NA=	TOTAL= 132
------	-----	-----	-----	------------

3. Piensa que al utilizar una infografía, interpretara más el contenido de la noticia.

TDA=	DA=	ED=	NA=	TOTAL= 132
------	-----	-----	-----	------------

4. Es necesario que se utilice la infografía en los periódicos, para culturizar a los lectores.

TDA=	DA=	ED=	NA=	TOTAL= 132
------	-----	-----	-----	------------

5. Considera que los medios impresos, tienen un diseño que cautiva la atención del lector.

TDA=	DA=	ED=	NA=	TOTAL= 132
------	-----	-----	-----	------------

3.6 INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.7 HIPÓTESIS

¿Cree usted que mejoraría la percepción crítica de las noticias que se publican en los periódicos, empleando un manual informativo sobre la utilización y beneficios que aportan la infografía periodística a los medios impresos del Cantón Milagro?

3.8 FUNDAMENTACIÓN CIENTIFICA DE VARIABLES (INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE)

***VARIABLE INDEPENDIENTE:**

Mejoraría la percepción crítica de las noticias que se publican en los periódicos,

***VARIABLE DEPENDIENTE:**

Empleando un manual informativo sobre la utilización y beneficios que aportan la infografía periodística a los medios impresos del Cantón Milagro.

3.9 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Instrumentos	Fuente
Mejoraría la percepción crítica de las noticias que se publican en los periódicos,	Mejorar.- Adelantar, acrecentar algo, haciéndolo pasar a un estado mejor.	Realización	Test	Lectores
	Percepción.- Es el proceso donde el individuo connota de significado al ambiente, requiere de una integración de la información sensorial con elementos cognitivos.	Implementación	Talleres	Dueños de los Medios de Comunicación
	Crítica.- Conjunto de opiniones o juicios que se hacen sobre cualquier asunto. Acción de censurar las acciones o la conducta de uno, o de hacer notar los defectos de una cosa.	Utilización:	Medios de Comunicación	Lectores
	Noticias.- Es el relato o redacción de un texto informativo que se refiere a un hecho novedoso ocurrido dentro de una comunidad.	Realización	Encuestas	Periodistas
	Publicar.- Divulgación que se realiza mediante la puesta a disposición del público de un número de ejemplares.	Ejecutar:	Charlas	Dueños de los Medios de Comunicación
Periódicos.- Pieza gráfica que transmite un mensaje de manera	Preparar	Talleres de	Periodistas	

	ágil, está diseñado sobre una página por ambas caras y la conforman varios pliegues o cuerpos.		capacitación	
--	--	--	---------------------	--

Variable Dependiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Instrumentos	Fuente
Empleando un manual informativo sobre la utilización y beneficios que aportan la infografía periodística a los medios impresos del Cantón Milagro.	Emplear.- Dar trabajo. Gastar, consumir, ocupar. Usar, hacer servir las cosas para algo.	Por medio de:	Encuestas,	Lectores
	Manual.- Son los documentos en los que se integra toda la información operativa y administrativa de las unidades.	Ejecución :	Talleres	Periodistas
	Informativo.- Se dice de lo que informa o sirve para hacer conocer alguna cosa.	Realización:	Charlas,	Dueños de los periódicos
	Utilización.- Emplear o hacer funcionar una cosa para un fin determinado.	Crear:	Conferencia	Lectores
	Aportar.- Proporcionar algo que ayuda al logro de un fin.	Ejecutar:	Análisis de periódicos	Periodistas
	Infografía.- Es un término periodístico que tiene como objetivo informar de manera diferente, por medio de dibujos, gráficos, esquemas, estadísticas y representaciones.	Preparar	Cursos de Capacitación	Editores de los periódicos

	Periodística.- Relativo a los periódicos o a los periodistas.	Colaborar	Conferencias	Dueños de los periódicos
--	--	------------------	---------------------	---------------------------------

CAPITULO IV MARCO ADMINISTRATIVO

4.1 RECURSOS HUMANOS: AUTOR Y ASESOR PERSONAL PARA EL TRABAJO DE CAMPO

-AUTORAS:

Mariuxi Gonzáles Sánchez y Katherine Montoya Morán

-ASESOR PERSONAL:

Ing. Enrique Villegas Yagual MSC MBA

4.2 RECURSOS Y MEDIOS DE TRABAJO

MEDIOS DE TRABAJO

*Sillas	*Escritorio	*Carpetas	*Scanner	*Folletos	*Volantes
---------	-------------	-----------	----------	-----------	-----------

*Plumas	*Hojas	*Mesas	*Computadora	*Trípticos	* Cámara
---------	--------	--------	--------------	------------	----------

4.3 RECURSOS FINANCIEROS

RECURSOS HUMANOS

N.	DETALLE	PRECIO
1	Profesor Motivador para tratar el tema (2 semanas)	\$200,00
1	Persona para realizar (Trípticos, Volantes y Folletos)	\$30,00
	TOTAL	\$230,00

RECURSOS OPERACIONALES

N.	DETALLE	VALOR UNITARIO	PRECIO
500	Copias del folleto	\$0.03	\$15,00
1000	Copias del tríptico	\$0.03	\$30,00
500	Copias de volante	\$0.03	\$15,00
1	Par de pilas para Cámara Digital	\$10,00	\$10,00
1	Cargador de pilas para Cámara Digital	\$35,00	\$35,00
500	Carpetas manilas	\$0,09	\$45,00
500	Esferos	\$0.10	\$50,00

1	Impresión de 50 fotos	\$0,30	\$15,00
	TOTAL		\$215,00

RECURSOS INFRAESTRUCTURAS

N.	DETALLE	VALOR UNITARIO	PRECIO
50	Sillas para los diferentes programas	\$0.20	\$300,00
1	Escritorio	\$120,00	\$120,00
	TOTAL		\$420,00

PRESUPUESTO

N.	DETALLE	PRECIO
	RECURSOS HUMANOS	\$230,00
	RECURSOS OPERACIONALES	\$215,00
	RECURSOS INFRAESTRUCTURAS	\$420,00
	TOTAL	\$865,00

.4. DIAGRAMA DE GANTT

Diagrama de GANTT es una herramienta que le permite al usuario modelar la planificación de las tareas necesarias para la realización de un proyecto. Esta herramienta fue inventada por Henry L. Gantt en 1917. Debido a la relativa facilidad de lectura de los

diagramas de GANTT, esta herramienta es utilizada por casi todos los directores de proyecto en todos los sectores.

El diagrama de GANTT es una herramienta para el director del proyecto que le permite realizar una representación gráfica del progreso del proyecto, pero también es un buen medio de comunicación entre las diversas personas involucradas en el proyecto.

4.5 BIBLIOGRAFIA DE INVESTIGACION

Infografía

<http://es.wikipedia.org/wiki/Infograf%C3%ADa>

Periodismo infográfico

Teoría de la ilustración periodística

Historia

Infografía moderna.

Era preinformativa

Peter Sullivan y The Sunday Times

Nigel Holmes y la revista Time

Importancia y revolución del *USA Today*

John Grimwade y The Times

Era informática

Relación de los periodistas y los infografistas

Colaboración del infografista con los periodistas literarios y gráficos

La infografía como recurso didáctico

http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_infogr%C3%A1fico

La infografía

Introducción

Infografía: Definición

El surgimiento de la infografía moderna

Sólo la infografía salvará los periódicos

Tipos de infografía

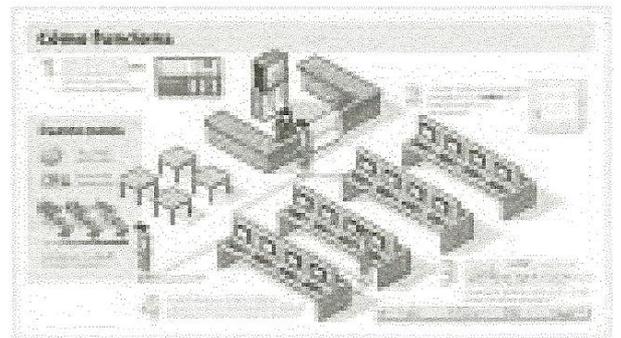
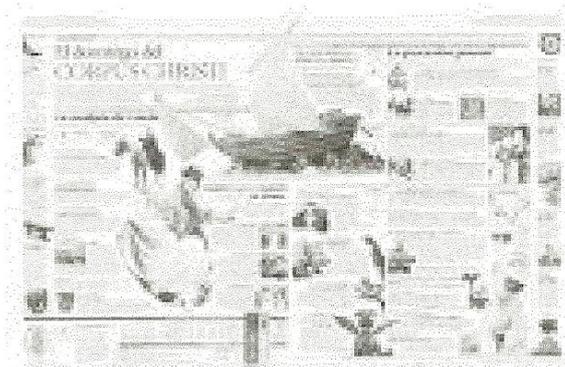
Modelos infográficos

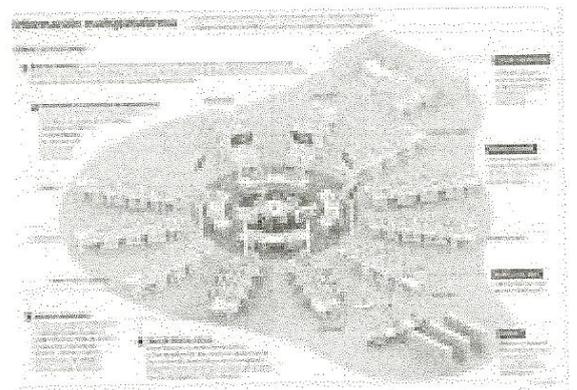
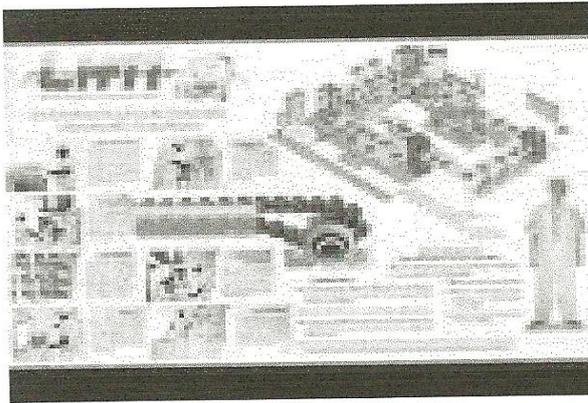
Ventajas y Desventajas de los Medios

<http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id88.html>

6 -ANEXOS

FOTOGRAFÍAS





MARKUS ZUKERBERG: JEFE DE LOS TIWIT EL CREADOR ORIGINAL DE LA RED SOCIAL

Computadoras para el resto de nosotros

Apple es una de las compañías más importantes del mundo. Desde sus primeros días en el negocio de los computadores personales hasta su reciente expansión en el mundo de los servicios en la nube, Apple ha sido una fuerza impulsora en la tecnología. Hoy, Apple es una de las compañías más valiosas del mundo, con un valor de mercado que supera a muchas de las grandes corporaciones tradicionales.

Historia de la empresa pública

En 1977, Steve Jobs y Steve Wozniak fundaron Apple Computer, Inc. en su garaje en Redwood City, California. El primer producto de Apple fue el Apple II, un computador personal que revolucionó el mercado de los computadores personales. En 1979, Apple lanzó el Macintosh, el primer computador personal con interfaz gráfica de usuario (GUI) que se vendió en grandes cantidades.

¿Por qué fue importante la Mac?

- El primer computador personal con interfaz gráfica de usuario (GUI).
- El primer computador personal con sistema operativo basado en ventanas.
- El primer computador personal con teclado y mouse.
- El primer computador personal con pantalla táctil.
- El primer computador personal con cámara de video.

Una década de innovación

Apple continuó innovando con el lanzamiento de la Macintosh Plus, la Macintosh SE, la Macintosh Plus II, la Macintosh Plus III, la Macintosh Plus IV, la Macintosh Plus V, la Macintosh Plus VI, la Macintosh Plus VII, la Macintosh Plus VIII, la Macintosh Plus IX, la Macintosh Plus X, la Macintosh Plus XI, la Macintosh Plus XII, la Macintosh Plus XIII, la Macintosh Plus XIV, la Macintosh Plus XV, la Macintosh Plus XVI, la Macintosh Plus XVII, la Macintosh Plus XVIII, la Macintosh Plus XIX, la Macintosh Plus XX, la Macintosh Plus XXI, la Macintosh Plus XXII, la Macintosh Plus XXIII, la Macintosh Plus XXIV, la Macintosh Plus XXV, la Macintosh Plus XXVI, la Macintosh Plus XXVII, la Macintosh Plus XXVIII, la Macintosh Plus XXIX, la Macintosh Plus XXX, la Macintosh Plus XXXI, la Macintosh Plus XXXII, la Macintosh Plus XXXIII, la Macintosh Plus XXXIV, la Macintosh Plus XXXV, la Macintosh Plus XXXVI, la Macintosh Plus XXXVII, la Macintosh Plus XXXVIII, la Macintosh Plus XXXIX, la Macintosh Plus XL, la Macintosh Plus XLI, la Macintosh Plus XLII, la Macintosh Plus XLIII, la Macintosh Plus XLIV, la Macintosh Plus XLV, la Macintosh Plus XLVI, la Macintosh Plus XLVII, la Macintosh Plus XLVIII, la Macintosh Plus XLIX, la Macintosh Plus L, la Macintosh Plus LI, la Macintosh Plus LII, la Macintosh Plus LIII, la Macintosh Plus LIV, la Macintosh Plus LV, la Macintosh Plus LVI, la Macintosh Plus LVII, la Macintosh Plus LVIII, la Macintosh Plus LIX, la Macintosh Plus LX, la Macintosh Plus LXI, la Macintosh Plus LXII, la Macintosh Plus LXIII, la Macintosh Plus LXIV, la Macintosh Plus LXV, la Macintosh Plus LXVI, la Macintosh Plus LXVII, la Macintosh Plus LXVIII, la Macintosh Plus LXIX, la Macintosh Plus LXX, la Macintosh Plus LXXI, la Macintosh Plus LXXII, la Macintosh Plus LXXIII, la Macintosh Plus LXXIV, la Macintosh Plus LXXV, la Macintosh Plus LXXVI, la Macintosh Plus LXXVII, la Macintosh Plus LXXVIII, la Macintosh Plus LXXIX, la Macintosh Plus LXXX, la Macintosh Plus LXXXI, la Macintosh Plus LXXXII, la Macintosh Plus LXXXIII, la Macintosh Plus LXXXIV, la Macintosh Plus LXXXV, la Macintosh Plus LXXXVI, la Macintosh Plus LXXXVII, la Macintosh Plus LXXXVIII, la Macintosh Plus LXXXIX, la Macintosh Plus LXXXX, la Macintosh Plus LXXXXI, la Macintosh Plus LXXXXII, la Macintosh Plus LXXXXIII, la Macintosh Plus LXXXXIV, la Macintosh Plus LXXXXV, la Macintosh Plus LXXXXVI, la Macintosh Plus LXXXXVII, la Macintosh Plus LXXXXVIII, la Macintosh Plus LXXXXIX, la Macintosh Plus LXXXXX.

Las Macintosh de hoy

Apple ha lanzado una serie de nuevas Macintosh que ofrecen mayor potencia y flexibilidad. Estas incluyen la Macintosh Plus, la Macintosh SE, la Macintosh Plus II, la Macintosh Plus III, la Macintosh Plus IV, la Macintosh Plus V, la Macintosh Plus VI, la Macintosh Plus VII, la Macintosh Plus VIII, la Macintosh Plus IX, la Macintosh Plus X, la Macintosh Plus XI, la Macintosh Plus XII, la Macintosh Plus XIII, la Macintosh Plus XIV, la Macintosh Plus XV, la Macintosh Plus XVI, la Macintosh Plus XVII, la Macintosh Plus XVIII, la Macintosh Plus XIX, la Macintosh Plus XX, la Macintosh Plus XXI, la Macintosh Plus XXII, la Macintosh Plus XXIII, la Macintosh Plus XXIV, la Macintosh Plus XXV, la Macintosh Plus XXVI, la Macintosh Plus XXVII, la Macintosh Plus XXVIII, la Macintosh Plus XXIX, la Macintosh Plus XXX, la Macintosh Plus XXXI, la Macintosh Plus XXXII, la Macintosh Plus XXXIII, la Macintosh Plus XXXIV, la Macintosh Plus XXXV, la Macintosh Plus XXXVI, la Macintosh Plus XXXVII, la Macintosh Plus XXXVIII, la Macintosh Plus XXXIX, la Macintosh Plus XL, la Macintosh Plus XLI, la Macintosh Plus XLII, la Macintosh Plus XLIII, la Macintosh Plus XLIV, la Macintosh Plus XLV, la Macintosh Plus XLVI, la Macintosh Plus XLVII, la Macintosh Plus XLVIII, la Macintosh Plus XLIX, la Macintosh Plus L, la Macintosh Plus LI, la Macintosh Plus LII, la Macintosh Plus LIII, la Macintosh Plus LIV, la Macintosh Plus LV, la Macintosh Plus LVI, la Macintosh Plus LVII, la Macintosh Plus LVIII, la Macintosh Plus LIX, la Macintosh Plus LX, la Macintosh Plus LXI, la Macintosh Plus LXII, la Macintosh Plus LXIII, la Macintosh Plus LXIV, la Macintosh Plus LXV, la Macintosh Plus LXVI, la Macintosh Plus LXVII, la Macintosh Plus LXVIII, la Macintosh Plus LXIX, la Macintosh Plus LXX, la Macintosh Plus LXXI, la Macintosh Plus LXXII, la Macintosh Plus LXXIII, la Macintosh Plus LXXIV, la Macintosh Plus LXXV, la Macintosh Plus LXXVI, la Macintosh Plus LXXVII, la Macintosh Plus LXXVIII, la Macintosh Plus LXXIX, la Macintosh Plus LXXX, la Macintosh Plus LXXXI, la Macintosh Plus LXXXII, la Macintosh Plus LXXXIII, la Macintosh Plus LXXXIV, la Macintosh Plus LXXXV, la Macintosh Plus LXXXVI, la Macintosh Plus LXXXVII, la Macintosh Plus LXXXVIII, la Macintosh Plus LXXXIX, la Macintosh Plus LXXXX, la Macintosh Plus LXXXXI, la Macintosh Plus LXXXXII, la Macintosh Plus LXXXXIII, la Macintosh Plus LXXXXIV, la Macintosh Plus LXXXXV, la Macintosh Plus LXXXXVI, la Macintosh Plus LXXXXVII, la Macintosh Plus LXXXXVIII, la Macintosh Plus LXXXXIX, la Macintosh Plus LXXXXX.

FICHAS

Base de Dades Fons Religioses

Idioma: spa
Títol: Los IIII libros de la imitacion de Christo y menosprecio del mundo.
Autor personal: Kempis, Tomas de
Autors per. secundaris: Nieremberg, Iuan Eusebio (Trad.) (Compañía de Jesús)
Zona de publicació: Barcelona : Iacinto Andreu, 1677
Zona impressió: Andreu, Jacinto (Barcelona)
Descripció física: 543 pp.
Censor: Muniessa, Thomas (Compañía de Jesús) [Obispado de Barcelona]
Localització: : K-8º-147
Format: 8º

Analista: CAR

Centros Educativos

Denominación:
 Dirección postal:
 Localidad
 Provincia
 C.P.
 Dirección web
 e-mail

 Titularidad del centro:
 Caracter: Público Privado
 Director/a del centro
 Niveles educativos: Infantil Primaria Secundaria Universitaria F.P.
 Año de Fundación Persona/Organismo que lo funda
 Finalidad original de la fundación
 Posee Archivo Tipo: Físico Digital
 ¿Está dispuesto el centro a colaborar con el Museo Pedagógico Andaluz?
 Grado de Colaboración
 Investigador encargado de la catalogación
 Observaciones de interés

<p>Autor: SABINO, Carlos A. Título: <i>El proceso de investigación</i> Año: 1995</p>	<p>Editorial: Panamericana Ciudad, país: Santafé de Bogotá, Colombia</p>
<p>Resumen del contenido: El libro expone, aunque de manera superficial, las características técnico-operativas que debe tener un trabajo de investigación. Explica la relación existente entre sujeto y objeto, la importancia de la teoría y las etapas que debe seguir una investigación. También define y describe las técnicas e instrumentos de recolección de datos más usuales y la forma de procesar la información hasta la redacción del informe.</p>	
<p>2ª edición (no especifica fecha de la 1ª edición)</p>	

MAYO DEL 2010			SEMANAS																															
ACTIVIDADES	QUINTA							PRIMERA							SEGUNDA							TERCERA							CUARTA					
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
PLANTEAMIENTO DEL TEMA																																		
IDENTIFICACION DEL PROBLEMA																																		
INVESTIGACIÓN DE TEMA																																		
ADQUISICIÓN DE LIBROS																																		
DIAGNOSTICO																																		
OBJETIVO GENERAL																																		
OBJETIVO ESPECIFICO																																		
JUSTIFICACIÓN																																		
FUNDAMENTACIÓN TEORICA																																		
REVISIÓN BIBLIOGRAFICA																																		
BUSCAR EN INTERNET TEMAS																																		
MARCO LEGAL																																		
HIPÓTESIS																																		
POBLACIÓN Y MUESTRA																																		
BUSQUEDA DE ARTICULOS																																		
LECTURA DE LIBROS																																		
REVISIÓN DE HIPOTESIS																																		
PREGUNTAS DE ENCUESTAS																																		
MODIFICACION DEL PROYECTO																																		

		JUNIO 2010														JULIO 2010															
		SEMANAS														SEMANAS															
		PRIMERA			SEGUNDA			TERCERA			CUARTA			QUINTA			PRIMERA			SEGUNDA											
		M	M	J	D	L	M	M	M	J	D	L	M	M	M	J	D	L	M	M	M	J	D	L	M	M	M	J	D	L	M
ACTIVIDADES																															
JUSTIFICACIÓN																															
FUNDAMENTACIÓN TEORICA																															
REVISIÓN BIBLIOGRAFICA																															
BUSCAR EN INTERNET TEMAS																															
POBLACIÓN Y MUESTRA																															
BUSQUEDA DE ARTICULOS																															
LECTURA DE LIBROS																															
REVISIÓN DE HIPOTESIS																															
IMPRESIÓN DE TRABAJO																															
PREGUNTAS DE ENCUESTAS																															
IMPRESIÓN DE PREGUNTAS																															
MODIFICACION DEL PROYECTO																															
MUESTRA																															
RECURSOS FINANCIEROS																															
UTILIZACION DE FICHAS																															
TOMAS DE FOTOS DEL PROBLEMA																															

ANEXO 2

b) FORMATO DE LAS ENCUESTAS AL PÚBLICO LECTOR.

ENCUESTA

1. ¿Tiene conocimiento acerca del significado de infografía periodística?

TDA=	DA=	ED=	NA=
------	-----	-----	-----

2. ¿Conoce de algún medio de comunicación impresa del Cantón Milagro que utilice infografía?

TDA=	DA=	ED=	NA=
------	-----	-----	-----

3. ¿Piensa que al utilizar una infografía, interpretará más el contenido de la noticia?

TDA=	DA=	ED=	NA=
------	-----	-----	-----

4. ¿Es necesario que se utilice la infografía en los periódicos, para culturizar a los lectores?

TDA=	DA=	ED=	NA=
------	-----	-----	-----

5. ¿Considera que los medios impresos tienen un diseño que cautiva la atención del lector?

TDA=	DA=	ED=	NA=
------	-----	-----	-----

6. ¿Qué elementos llama más la atención al lector?

TITULAR=	TEXTO=	FOTOGRAFIA=	INFOGRAFIA=
----------	--------	-------------	-------------

ENTREVISTA AL LECTOR

Realizadas durante la ejecución del Diseño de Investigación.

Nombre: Katherine Quinto López

Edad: 38 años

Sector donde vive: Ciudad de Quito.



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

Sinceramente no.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Sí, porque enseña y uno aprende viendo las imágenes.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresos periodísticos, para que usen esta herramienta?

Que cambien la imagen y que pongan algo diferente, algo innovador, para poder entender la noticia

Nombre: Rosa Sarmiento

Edad: 54 años

Sector donde vive: Ciudadela El Porvenir



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

No sé.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Sí, porque enseña y llama la atención al lector.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresos periodísticos, para que usen esta herramienta?

Utilicen la infografía, por medio de esta herramienta el lector aprende.

Nombre: Darío Loor

Edad: 42 años

Sector donde vive: Guayaquil



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

Más o menos, según mi criterio viene de información y está relacionado con la comunicación escrita o hablada.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Claro que sí, porque por medio de la secuencia de imágenes puede ser favorable para el lector o para la ciudadanía general.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresos periodísticos para que usen esta herramienta?

Utilicen este medio y trabajen con la verdad y que no saquen de contexto las cosas y para que no malinformen.

Nombre: Ana Yagual

Edad: 57 años

Sector donde vive: Ciudadela Las Piñas



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

No sé.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Sería excelente siempre y cuando hagan de manera correcta, para poder saber realmente como es la noticia.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresoperiodísticos, para que usen esta herramienta?

Está bien que utilicen esto, para saber realmente lo que pasó, a lo que están informando.

Nombre: Alberto Arguello

Edad: 68 años

Sector donde vive: Ciudadela Almeida



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

No sé.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Creo que si puede ser, porque nos permitiría distinguir por medio de una imagen lo que en realidad dice una noticia.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresoperiodísticos, para que usen esta herramienta?

Utilicen la infografía, para que exista la comunicación en una forma veraz que no sea inventada, alarmando a los lectores.

Nombre: Freddy Pérez

Edad: 47 años

Sector donde vive: Babahoyo



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

No se

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Claro que es importante, porque se explica por medio de una imagen, los hechos importantes y así se llega más fácil al pueblo.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresoperiodísticos, para que usen esta herramienta?

Comiencen a utilizar, porque el periodismo ahora, no está al acorde de la enseñanza.

Nombre: Evelyn Sánchez

Edad: 31 años

Sector donde vive: Ciudadela San Francisco



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

No tengo conocimiento que es la Infografía.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Sí, es importante, porque a través de esta herramienta, aprende y llama la atención e incentiva a la lectura.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresoperiodísticos, para que usen esta herramienta?

Deben trabajar bastante utilizándola, las personas se van a interesar bastante. A su vez van a vender más y van a educar mejor al lector.

Nombre: Nelly Mosquera

Edad: 50 años

Sector donde vive: Ciudadela 22 de Noviembre



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

No sé.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Sí, porque así se enseña como ha pasado, y de que se trata la comunicación que está haciendo el Periodismo actual.

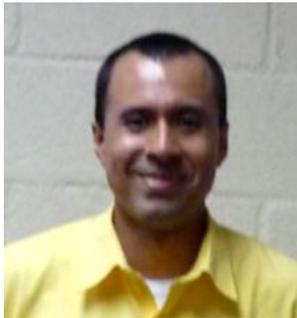
3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresoperiodísticos, para que usen esta herramienta?

Se pongan pilas los Dueños y así los más beneficiados seríamos los lectores.

Nombre: Edwin Serrano Veloz

Edad: 33 años

Sector donde vive: Ciudadela La Alborada Guayaquil



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

Sí, la infografía es la representación dispuesta en gráficos o imágenes.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Sí, por supuesto, de hecho en diarios importantes del País he visto infografías sobre todo en temas que necesitan explicaciones graficas más detalladas de un suceso.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresosperiodísticos, para que usen esta herramienta?

Elaborarla de la manera más simplificada y clara posible, para poder llegar al lector con el mensaje o noticia de manera precisa.

Nombre: Ángel Palacios

Edad: 21 años

Sector donde vive: Ciudadela Bellavista



1. ¿Sabe Usted que es una Infografía?

Más o menos conocía otro tipo de infografía de efectos, pero esta no.

2. ¿Considera Usted, es importante la Infografía en un medio impreso?

Sí, debería aplicarse, porque así ya no habría muchas letras, algunas personas no tienen suficiente tiempo para la lectura. Con este método sería mejor, a su vez sería didáctico y educativo.

3. ¿Qué consejo le daría a los Propietarios de los medios Impresosperiodísticos, para que usen esta herramienta?

Utilicen este método, porque la mayoría de las personas no son lectoras y al usar la Infografía incentivaría y fomentaría a las personas a la lectura.

ANEXO 3

c) FORMATO DE LAS ENTREVISTAS A LOS PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DE LOS MEDIOS DE PRENSA ESCRITA DE LA CIUDAD DE MILAGRO.

PREGUNTAS:

- 1. ¿Cuándo se fundó el periódico?**
- 2 ¿Quién era (es) el dueño del periódico?**
- 3 ¿Qué tipo de periódico es (era)?**
- 4. ¿Cuántos ejemplares emitía (e) el periódico?**
- 5. ¿Cuántas personas colaboraban en el periódico?**
- 6. ¿Cuánto cuesta el periódico?**
- 7. ¿El Periódico, tiene acogida por parte de los milagreños?**
- 8. ¿Qué noticias se caracteriza o se caracterizaba en presentar el periódico?**
- 9. ¿Cómo se sintió cuando salió la primera edición del periódico?**
- 10. ¿Colaboró con algún medio de comunicación, antes del periódico?**
- 11. ¿Cómo se sienten usted al ver que han pasado muchas décadas y el periódico es recordado por los milagreños?**
- 12. ¿En ese tiempo el periódico, con cual medio de comunicación competía en Milagro?**
- 13. ¿Si tuviera la oportunidad de sacar el periódico,lo haría?**
- 14. ¿Por qué dejó de circular?**

Lic. Clara Matamoros
Diario “La Época”



1. ¿Cuándo se fundó el periódico La Época?

El Periódico La Época, sacó su primera publicación el 24 de Agosto de 1964, con un contenido de 4 páginas.

2 ¿Quién era el dueño?

Su fundador fue Narciso Matamoros, aunque su primer gestor y mentalizador de la idea de crear un diario Milagreño fue su padre, Don Jacinto Matamoros Olvera.

3 ¿Qué tipo de periódico fue?

Fue el Primer diario Milagreño que se elaboraba y se imprimía completamente en Milagro, en un taller donde laboraban 11 obreros que trabajaban arduamente para emitir la publicación todos los días.

4. ¿Cuánto tiempo duró en circulación?

Se publicó aproximadamente hasta el año de 1978.

5. ¿Cuántos ejemplares se emitían?

Al inicio fueron 400 ejemplares, posteriormente incrementándose a 1000 ejemplares.

6. ¿Cuántas personas colaboraban en el Diario?

Colaboraron 10 personas entre estas, el Ab. Ricardo Vasconcellos, Rodrigo Sánchez entre otros. Pero era Don Narciso quien escribía la mayoría de la información que se publicaba y además contaba con dos reporteros fijos.

7. ¿Cuánto costaba?

El valor al inicio fue de 0,20 centavos de sucre, luego fue 0,40 centavos.

8. ¿El Diario La Época tuvo acogida por parte de los milagreños?

Si tuvo mucha acogida por el largo tiempo que se mantuvo en circulación, aún es muy recordado.

9. ¿Por qué dejó de circular?

Habíamos pasado quince años publicando, era un trabajo cansado por la imprenta, lamentablemente el trabajo no era suficientemente reconocido. A nadie de la familia le interesó porque no era productivo.

10. ¿Qué noticias se caracterizaba por presentar?

Se caracterizaba por presentar acontecimientos del día, eventos institucionales, eventos de colegios, del municipio, sucesos, crónica y todo lo que pasaba en la ciudad de Milagro.

11. ¿Cómo se sintió, al ver que salió la Primera Edición del Diario La Época?

Tuvo mucha significación, porque nosotros mismos lo hacíamos. El saber que la gente leía nuestro trabajo y lo comentaban, nos llenaba de alegría

12. ¿Si tuviera la oportunidad de sacar el diario La Época, lo haría?

Sí, sacaría el periódico, tal vez no tendríamos las mismas experiencias, porque es otra época, pero me sentiría muy contenta.

13. ¿Cómo se siente usted al ver que han pasado muchas décadas y el Diario La Época es recordado por los milagreños?

No me despierta ningún sentimiento, no han pasado muchos años, sé que la gente lo recuerda.

14. ¿Colaboró usted o algunos de los trabajadores en algún otro medio de comunicación?

No, ellos no colaboraron en ningún medio de comunicación, porque mi familia siempre ha tenido imprenta y no han sido periodistas. Mi abuelo laboraba: como Registrador de la Propiedad, hacía hojas volantes para el Partido Liberal, desde aquel momento tuvo la idea de sacar un periódico.

Lic. Nelly Leal Rojas
Periódico “El Milagreño”



1. ¿Cuándo se fundó el periódico El Milagreño?

El Periódico El Milagreño, fue fundado el 16 de Septiembre de 1969.

2. ¿Quién era el dueño?

La dueña del periódico El Milagreño fue quien le habla, Lic. Nelly Eugenia Leal Rojas; Primera Periodista Milagreña.

3. ¿Qué tipo de periódico fue El Milagreño?

El Periódico El Milagreño, fue semanario, luego los últimos 2 meses empezó a salir quincenalmente.

4. ¿Por qué el Semanario El Milagreño empezó a circular quincenalmente?

Porque tenía problemas de salud.

5. ¿Qué le motivo a sacar el semanario?

Estudiaba Periodismo en la Universidad de Guayaquil. Toda una vida me gustó escribir, la cultura, a través de un medio periodístico se adquiere y motiva a prepararnos a leer y ponernos al día en todo; para no caer en el ridículo o en la mentira.

6. ¿Qué noticias se caracterizaba en presentar?

Tratábamos de abordar temas de política, economía, cultural y deportiva. También nos dedicábamos a manifestar las necesidades de la comunidad, escribir o decir que es lo que ocurría a tal sector, El Semanario El Milagreño, fue amigo del Campesino

7. ¿Cuánto tiempo duró en circulación?

El Periódico El Milagreño, duró en circulación alrededor de 20 años.

8. ¿Cuántos ejemplares se emitían?

Comenzamos con 2000 ejemplares por motivo de las Fiestas de Milagro, luego se incrementó a 3000 ejemplares.

9. ¿Cuántas personas colaboraban en semanario?

Este medio llegó hasta el Congreso Nacional y a la Presidencia de la República. Colaboraban de 5 a 6 personas, trabajaban gratis porque no había sueldos y solo era el deseo único del servicio a la comunidad. Entre ellos: quien habla, Nelly Leal Rojas, como Directora; Dr. Víctor Hugo Maridueña, Sr. Ricardo Rodríguez Sparovich y Sr. Víctor Hugo Vicuña, como articulistas.

10. ¿De cuántas páginas consistía el semanario?

Era según la publicidad mientras más acogida tenía El Semanario, se incrementaba las páginas. Abarcaba de 6 a 8 páginas.

11. ¿Cómo se sentía usted al ver que tenía un medio de comunicación, con una excelente aceptación por parte de los milagreños?

Me sentía bien, por el material que se difundía en cada uno, el trabajo de quienes hacíamos lo en ese tiempo, porque la prensa tenía diferentes estilos.

La Crónica era otro tipo de prensa, La Época era parecido al nuestro, cada quién se caracterizaba por su propio estilo y cada quién buscaba lo que le apetecía como política, o crónica roja. En cambio El Milagreño se dedicaba más a la cultura, la noticia publicada eso le gustaba a la gente, en un medio siempre desea ubicarse así.

12. ¿Por qué dejó de circular?

Se dejó de emitir el Semanario El Milagreño, porque caí enferma, sumado a eso tenía otras funciones, estar en mi hogar, cuidar a mis hijos, además trabajaba en el Colegio Velasco Ibarra. Consideré que no iba más.

13. ¿Con cuántos medios de comunicación impresa competía en el Cantón Milagro?

Existían los periódicos La Época y La Crónica.

14. ¿Cómo se sintió Lic. Nelly al ver que salió la Primera Edición del Semanario El Milagreño?

Yo creía que no iba a poder cumplir ese sueño especialmente, de mi Padre Sr. Bolívar Leal Chichande, quién fue mi impulsador y en ese momento fue el impulso para seguir y seguir. No me importaba si es que no lo tenía financiado el periódico con la venta de publicidad.

15. ¿Si tuvieran la oportunidad de sacar el semanario lo haría de nuevo?

Siempre quise, en la actualidad es fácil sacar un periódico, en cambio antes era más difícil. Se tenía que luchar con la censura de la gente, estar pendiente de invadir el mercado con un mensaje.

Siempre fue mi sueño, sacar de nuevo el periódico El Milagreño, pero caí enferma, siempre hace falta una persona líder en este trabajo para empujar y seguir

16. ¿Cómo se siente usted al ver que han pasado muchas décadas y el Semanario es recordado por los milagreños?

Me siento orgullosa, de haber llegado a todos los sectores con el Semanario El Milagreño, la gente lo pedía y lo solicitaba.

17. ¿Qué es lo que más recuerda del Semanario El Milagreño?

Estuve ahí pendiente con el periódico de ciertos sectores y comprobaba que era una petición a gritos de la comunidad, por eso a mí no me importaba ganar, no porque haya dispuesto de medios económicos como profesional. Lo tomé al periódico la prensa fue manera de patriotismo, el poder servir a los agricultores (campo).

18. ¿Tuvo una buena relación con los diferentes dueños de los medios de comunicación del Cantón Milagro?

Siempre nos llevamos bien e inclusive fundamos la Asociación de Periodistas Profesionales de Milagro.

19. ¿Colaboró con algún medio de comunicación, aparte del Semanario de su propiedad?

Fui Presidenta de la Asociación de Periodistas Profesionales de Milagro por tres ocasiones. Como Presidenta tenía que enviar correspondencia de Milagro, como noticias acerca del convivir de este sector, porque Diario El Universo se encargó de darnos esa correspondencia.

Sr. Pedro Pazmiño
Periódico “El Campanazo”



1. ¿Cuándo se fundó el periódicoEl Campanazo?

El PeriódicoEl Campanazo, se fundó el 25 de Noviembre de 1978.

2 ¿Quién era el dueño del periódicoEl Campanazo?

El dueño del Periódico fue quien le habla, Pedro Pazmiño.

3 ¿Qué tipo de Periódico fueEl Campanazo?

El Campanazo, fue un Semanario.

4. ¿Cuánto tiempo duró en circulación el semanarioEl Campanazo?

El Semanario duró 7 años.

5. ¿Cuántos ejemplares se emitían?

El Campanazo emitía 1000 ejemplares semanales.

6. ¿Cuántas personas colaboraban en el semanario?

Las personas que colaboraban en el Periódico fueron: Su Director el Señor Pedro Pazmiño, colaboraban alrededor de 10 personas como: **Jefe de Redacción y Corresponsales.**

Los corresponsales eran de: *Milagro, Boliche, Parroquia Virgen de Fátima, Simón Bolívar, Yaguachi* inclusive abarcaba todas las Parroquias y diferentes Cantones de la Provincia del Guayas, todos trabajaban desinteresadamente.

7. ¿Cuánto costaba el semanario?

El Semanario El Campanazo, costaba un Sucre.

8. ¿El Semanario El Campanazo, tuvo acogida por parte de los milagreños?

El Semanario El Campanazo, tuvo gran aceptación por parte de los milagreños e inclusive se difundió en el Terminal Terrestre de Guayaquil, por los voceadores.

9. ¿Por qué dejó de circular?

El Semanario El Campanazo, dejó de circular en Milagro por problemas económicos.

10. ¿Qué noticias se caracterizaba en presentar?

Este medio de comunicación se caracterizaba, porque contenía noticias en general, especialmente de política sana, este medio revolucionó el Periodismo en Milagro.

11. ¿Cómo se sintió, al ver que salió a circulación la primera edición del Semanario El Campanazo?

Me sentí contentísimo, cuando salió la Primera Edición del Semanario El Campanazo; porque era una meta cumplida y un sueño realizado.

12. ¿Si tuviera la oportunidad de sacar el semanario lo haría?

No volvería a trabajar en ningún medio de comunicación, porque hay que darle la oportunidad a la gente joven.

13. ¿Cómo se sienten usted al ver que han pasado muchas décadas y el Semanario El Campanazo es recordado por los milagreños?

Siento mucha nostalgia; porque han pasado años y todavía se comenta del Semanario.

14. ¿Colaboró con algún medio de comunicación, aparte del semanario que Ud. dirigía?

En la actualidad colaboro con Radio Atalaya de Milagro, escribo el Editorial todos los días se emite en las noticias radiales del mediodía.

Además colaboré: en Prensa La Verdad, Diario El Universo, con poca frecuencia, en el Mercurio de Cuenca y en la Primera Edición del Diario El Nacional de Milagro.

Ab. Amparo Aguilera Di Lorenzo
Periódico “La Crónica”



1. ¿Cuándo se fundó el Periódico La Crónica?

El Periódico La Crónica, fue fundado el 24 de Noviembre de 1957.

2 ¿Cómo se llamaba el Dueño del Periódico La Crónica?

El dueño del Periódico La Crónica, fue Don Elías Aguilera Vásquez, mi padre.

3 ¿Qué tipo de Periódico fue La Crónica?

El Periódico La Crónica, fue semanario de tipo político crítico.

4. ¿Qué motivo al Sr. Elías Aguilera Vásquez a sacar el semanario?

El motivo para que Elías Aguilera Vásquez, saque este medio de comunicación fue por interés humanista y brindar servicio a la comunidad, por cuanto su opinión trataba de colaborar a fin de romper todos los estigmas que existían en aquella época. Sobre todo arremetía al Ingenio Valdez, porque se caracterizaba en explotar al obrero, trabajador, zafrero y a su vez iba en contra de los dirigentes políticos del momento.

5. ¿Cuánto tiempo duró en circulación?

El semanario La Crónica, estuvo en circulación hasta el 2002.

6. ¿Cuántos ejemplares se emitían?

Se emitían 1000 ejemplares semanales al inicio, luego con el pasar del tiempo se incrementó a 1500 ejemplares del Periódico La Crónica.

7. ¿Cuántas personas colaboraban?

Las personas que colaboraban en el Periódico La Crónica fueron: Sr. Elías Aguilera Vásquez como Director; Sr Elías Aguilera Di Lorenzo e Ing. Ricardo Ramos como Colaboradores; Sr. Arturo Salazar Quiroz, Sr. Galo Fariño Lima como Líderes de Opinión.

8. ¿Cuánto costaba?

En aquella época costaba 0.10, después 0,20 centavos y así sucesivamente. Siempre fue un periódico de muy bajo costo, nunca lo hizo con la intención de tener un ingreso económico sino de un servicio de comunicar.

9. ¿El semanario La Crónica tuvo acogida por parte de los milagreños?

Este Semanario tuvo una excelente aceptación por parte de los milagreños

10. ¿Por qué se dejó de emitir?

Se dejó de emitir en la primera ocasión, porque lo clausuraron, la vocación de mi padre fue muy crítica, muy político, por tal motivo en la Convención de Periodistas reunida en Boston, Estados Unidos, al conocer su reclamo logró por disposición de la Sociedad Internacional de Prensa (SIP) se levante la clausura.

Luego se dejó de emitir por cuestiones de índole netamente técnico, ya no hubo quién se encargue de la impresión y de la redacción por la ancianidad de mi Padre Elías Aguilera Vásquez.

11. ¿En ese tiempo el semanario La Crónica con cual medio de comunicación competía en Milagro?

Bueno de acuerdo a la época y son muchos años tuvo mucha permanencia con: El Enfoque, El Milagreño.

El Periódico La Crónica, tuvo el liderazgo nacional e internacional. Se vendía en Milagro, porque era pedido a petición expresa de mucha gente del país y del

exterior. Existen ejemplares del Semanario La Crónica, en la Biblioteca de Moscú, Alemania y México. Esto ocurrió cuando el Dr. Alberto Serrano sirvió por el Velasquismo, de agregado Diplomático en una Embajada, pedía que se le enviara los ejemplares y los dejaba en una Biblioteca de allá.

12. ¿Si alguien de la familia tuvieran la oportunidad de sacar el semanario lo haría?

Indudablemente que sí, creo que una de las inquietudes de mi hermano Francisco, es de mantener el periódico, desgraciadamente no tuve ese arte, pero creo que él lo va a continuar.

13. ¿Cómo se sienten ustedes al ver que han pasado muchas décadas y el Periódico La Crónica es recordada por los milagreños?

Nos sentimos satisfechos de conocer la proyección de nuestro Padre y tratamos de alguna manera continuar con ese contingente de nuestro Padre al servicio de la comunidad.

Estamos muy satisfechos, muy orgullosos, con un orgullo sano y no mal sano de dominio y de satisfacción del deber cumplido.

Ab. Stelvio Centanaro Quiroz
Ex Director de Diario “La Nación”

1. ¿Cuándo se fundó el Periódico La Nación?

Fue fundado en el Año de **1977**.

2 ¿Quién era el Dueño del Periódico La Nación?

Su propietario, quien le habla, Ab. Stelvio Centanaro Quiroz

3 ¿Qué tipo de Periódico fue La Nación?

La Nación fue un diario.

4. ¿Cuánto tiempo circuló el diario La Nación?

Este diario estuvo por el lapso de un año en circulación.

5. ¿Cuántos ejemplares se emitían?

En aquellos tiempos se sacaba 1000 ediciones diarias, la impresión era el método cliché, era un tipo de tipografía con un centenar de fotos. No existía el offset. Este medio impreso, se lo vendía por medio de megáfono

6. ¿Cuántas personas colaboraban en el diario La Nación?

Su gran colaborador fue el Sr. Ricardo Rodríguez Sparovich.

7. ¿El diario La Nación tuvo acogida por parte de los milagreños?

El periódico tuvo gran aceptación por parte de los milagreños.

8. ¿Por qué dejó de circular?

El motivo de su desaparición fue porque fue porque salí elegido como Consejero Provincial del Guayas y mis funciones no me permitieron que el diario siguiera en circulación, expresa el Ab. Stelvio Centanaro Quiroz.

9. ¿Qué noticias se caracterizaba en presentarel diario La Nación?

Este medio de comunicación contenía páginas de: Sociales, Economía, noticias locales, nacionales e internacionales.

10. ¿Si tuviera la oportunidad de sacar a circulación el Diario La Nación, lo haría?

Claro que sí, pero en realidad para sacar un medio de comunicación impresa se necesita de un Socio capitalista, o una persona responsable. Por el momento tengo otras prioridades.

11. ¿Colaboró con algún medio de comunicación, aparte del Diario La Nación?

Luego de terminado mi período como Consejero Provincial fundé Radio Presidente, luego fue Radio la Voz del Pueblo y en la actualidad es Radio Net.

Sr. Ricardo RodríguezBarcia
Ex Director del Periódico “El Reportero Gráfico”



1. ¿Cuándo se fundó el periódicoEl Reportero Gráfico?

Fue fundado el 10 de noviembre de 1979.

2 ¿Cómo se llamaba el Dueño del PeriódicoReportero Gráfico?

El dueño del Periódico fue mi padre, el Señor Ricardo Rodríguez Sparovich.

3 ¿Qué tipo de Periódico fueEl Reportero Gráfico?

Este medio de comunicación tuvo circulación quincenal.

4. ¿Cuánto tiempo duró el periódico El Reportero Gráfico?

Estuvo en circulación hasta el año de 1982, solamente tuvo 43 ediciones.

5. ¿Cuántos ejemplares se emitían?

Se emitían 1000 ejemplares.

6. ¿Cuántas personas colaboraban?

Las personas que colaboraron en el Periódico El Reportero Gráfico fueron: Sr. Ricardo Rodríguez Barcia, quien le habla, como Director; Sr. Ricardo Rodríguez Sparovich como Jefe de Redacción; Sr. N. Benavidesquien enviaba las noticias del Área Artesanal; Sr. Bolívar Torres como Articulista.

7. ¿Cuánto costaba?

Costaba alrededor de 0,50 centavos de Sucre.

8. ¿El Periódico El Reportero Gráfico tuvo acogida por parte de los milagreños?

Fue el primer medio local que sacó la primera columna de Sociales y Farándula. Tuvo bastante aceptación por parte del público juvenil.

9. ¿Por qué dejó de circular?

Dejó de circular el Quincenario El reportero Gráfico, por viaje al exterior específicamente a México en 1983.

10. ¿Qué noticias se caracterizaba en poner en circulación?

Se caracterizaba por noticias institucionales como gremios artesanales, Cuerpos de Bomberos y Club Nacional.

11. ¿Cómo se sintió, al ver que salió la Primera Edición del Semanario Reportero Gráfico?

Tuvimos expectativas esperando que tenga acogida y cobertura por la ciudadanía milagreña, se vendían 800 ejemplares. El Quincenario llegó hasta Naranjito y Yaguachi. Teníamos cuatro voceadores. Se vendían entre Sábado y Domingo,

12. ¿Si tuviera la oportunidad de sacar a circulación el periódico El Reportero Gráfico, lo haría?

Claro que sí, siempre fue mi aspiración hacer un diario, cerrar la edición de 20:00 a 21:00 máximo hasta las 22:00.

Tengo un Proyecto en mente sacar el Libro sobre el cantón Milagro, luego sacaría un folleto de poesía y luego sacaría el Periódico.

Además publiqué mis poesías El Ciudadino, teniendo buena acogida

13. ¿Cómo se siente usted al ver que han pasado muchas décadas y el Periódico El Reportero Gráfico es recordada por los milagreños?

Me siento contento, porque cuando uno se lo propone hacerlo puede hacerlo.

Me sorprende, tenía 23 años cuando tenía el periódico y queda la labor de hacer el bien a la comunidad.

14. ¿En ese tiempo el Quincenario El Reportero Gráfico, con cual medio de comunicación competía en Milagro?

Competíamos con el Periódico El Campanazo, que se caracterizaba con noticias de Política y de Crónica Roja.

15. ¿Colaboró con algún medio de comunicación, aparte del Periódico El Reportero Gráfico?

He colaborado en las Revistas “Centuria “de Juan García Delgado y ¿Qué Pasa en Milagro? de Keythel López, Además colaboré en el Semanario El Ciudadino con la sección Poesías y en Prensa La Verdad con la sección Récords Nacionales.

Ab. William Reyes Cuadros
Semanario Prensa “La Verdad”



1. ¿Cuándo se fundó el periódico Prensa La Verdad?

Fue fundada el 15 de Septiembre de 1984.

2 ¿Quién es el dueño del periódico Prensa La Verdad?

El Gerente Propietario es quien le habla, Ab y Periodista William Reyes Cuadros.

3 ¿Qué tipo de Periódico es el, periódico Prensa La Verdad?

Prensa La Verdad, es un Semanario.

4. ¿Cuántos ejemplares emite el Semanario Prensa La Verdad?

Empezamos con 1000 ejemplares, con un periódico de 12 páginas, en ese tiempo era blanco, negro y a color. Decidimos hacer un medio de carácter comunicativo, cultural. Nos hemos ido asentando en la ciudadanía, con el pasar del tiempo. En la actualidad Prensa La Verdad, cuenta con 20.000 ejemplares de edición.

5. ¿Cuántas personas colaboran en el Semanario?

Las personas que colaboran en el Semanario Prensa La Verdad son: Ab. William Reyes Cuadros como Director; Lic. William Reyes Vega como Sub-Director; Sr. Jorge Llerena como Diagramador; Sr. León Reyes como Diseñador.

6. ¿Cuánto cuesta?

Prensa La Verdad cuesta \$0.50

7. ¿El Semanario Prensa La Verdad Periódico, tiene acogida por parte de los milagreños?

Nosotros luchamos un par de años, para poder posicionarnos como periódico, que a la gente le llegue nuestro mensaje, por eso progresivamente fuimos aumentando nuestro tiraje y posicionarnos altamente, como lo estamos en la actualidad.

8. ¿Qué noticias se caracteriza en presentar el Semanario?

Prensa La Verdad, se caracteriza por dar información solamente de Milagro y sectores donde circula, nada de noticias nacionales, porque para eso están los periódicos nacionales. Creemos que es nuestro éxito, priorizamos las noticias de crónica roja, ya que consideramos que es la noticia que más atrae al lector.

9. ¿Cómo se sintió cuando salió la Primera Edición del Semanario Prensa La Verdad?

Bueno me sentí contento, porque era un esfuerzo inicial que hacíamos tampoco pensamos en llegar tan lejos, como hemos llegado. Me sentí complacido, siempre me he propuesto algo en la vida y lo he logrado, se me ocurrió sacar un periódico en Milagro, que tenga continuidad usando mi experiencia en periodismo.

Los primeros años fueron duros, gracias a Dios por mis negocios particulares me permitieron solventar los gastos, ya que no había publicidad para financiar el periódico.

10. ¿Colaboró con algún medio de comunicación, antes de Prensa La Verdad?

Colaboré con Radio Atalaya, de Don Ecuador Martínez Collazo y con Radio La Voz de Milagro. Además estuve ligado estrechamente con Radio Cristal, ya que ahí empecé a los 17 años como locutor.

Luego colaboré con los periódicos: La Época de Milagro. A nivel nacional con Diario Expreso y Extra, además de ser corresponsal por mucho tiempo de Diario El Universo.

ANEXO 4

a) AUTORIZACION PARA EJECUTAR LA PROPUESTA

OFICIOS ENTREGADOS A LOS DIFERENTES MEDIOS IMPRESOS DE MILAGRO

Milagro, 29 de abril del 2011

Sr

Gerente Propietario

Presente.

De mis consideraciones

Por medio de la presente nos dirigimos a Usted, dos Estudiantes Egresadas de la Carrera de Comunicación Social Mención Periodismo, de la Universidad Estatal de Milagro, las misma que estas realizando la tesis “Manejo dela Infografía Periodística en los medios de prensa escrita de la ciudad Milagro”, quienes preocupadas sobre el manejo dela información y para culturizar y educar a los lectores milagreños, nos permitimos realizar un Manual con toda la información necesaria sobre la clasificación de la Infografía y los códigos visuales de esta herramienta.

Daremos a conocer lo que realizaremos:

- Elaborar un Manual informativo que describa las ventajas de utilizar la infografía en los medios impresos.
- Entregar el Manual Informativo a los directores o propietarios de los medios impresos periodísticos en estudio.
- Dar a conocer a los gerentes o propietarios de los medios impresos en estudio acerca de las ventajas del Uso de la Infografía en sus ediciones.

Por la favorable acogida a la presente, anticipo mis agradecimientos.

Atentamente

Srta. Mariuxi Gonzáles
Egresada

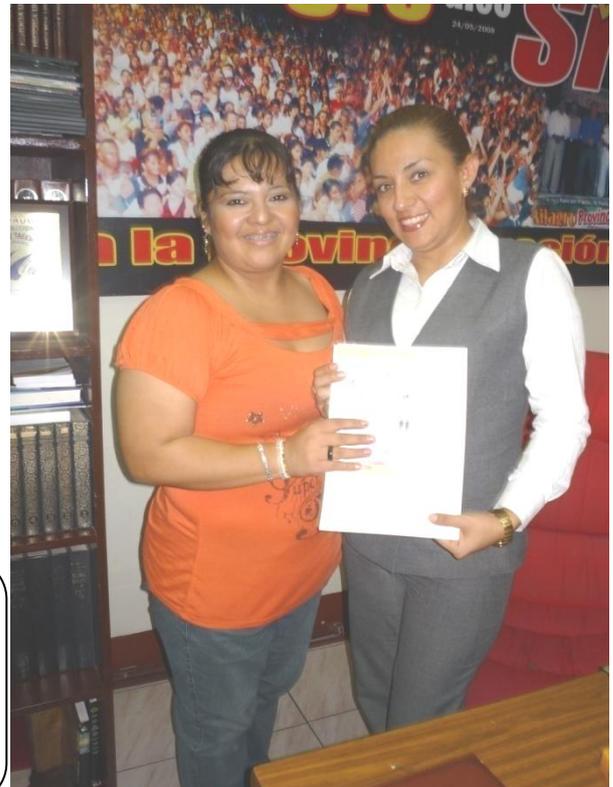
Srta. Katherine Montoya
Egresada

FOTOS DE ENTREGA DE MANUALES

“SEMANARIO PRENSA LA VERDAD”



Momentos que se entrega el Manual Informativo, a la Señora Blanca Torres de Reyes, Representante del Semanario “Prensa La Verdad”, por parte de la Señorita Katherine Montoya Morán.



Momentos que se entrega el Manual Informativo, a la Señora Blanca Torres de Reyes, Representante del Semanario “Prensa La Verdad”, por parte de la Señorita Mariuxi Gonzáles Sánchez.

FOTOS DE ENTREGA DE MANUALES

“SEMANARIO EL DESPERTAD INFORMATIVO”



Momentos que se entrega el Manual Informativo, al Joven Steven Ripalda, Representante del Semanario “El Despertad Informativo”, por parte de la Señorita Katherine Montoya Morán.

Momentos que se entrega el Manual Informativo, al Joven Steven Ripalda, Representante del Semanario “El Despertad Informativo”, por parte de la Señorita Mariuxi Gonzáles Sánchez.



FOTOS DE ENTREGA DE MANUALES

“DIARIO EL NACIONAL”



Momentos que se entrega el Manual Informativo, a la Señorita Gina Quinde, Secretaria del Diario “El Nacional”, por parte de la Señorita Katherine Montoya Morán.



Momentos que se entrega el Manual Informativo, a la Señorita Gina Quinde, Secretaria del Diario “El Nacional”, por parte de la Señorita Mariuxi Gonzáles Sánchez.

FOTOS DE ENTREGA DE MANUALES

“SEMANARIO EL REGIONAL”

NOTA:

No se entregó el Manual Informativo al Medio de comunicación Impreso Semanario “El Regional”, por tres ocasiones visitamos las instalaciones de dicho medio, pero las oficinas de este Semanario, se encontraron cerradas.

ANEXO 5

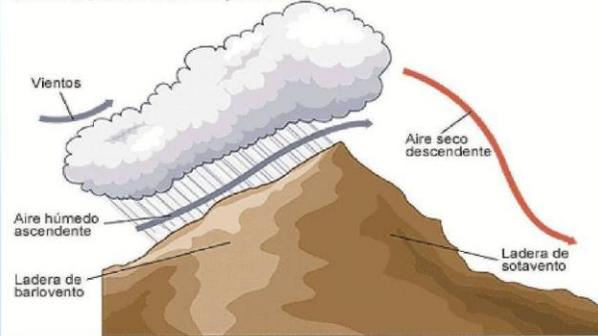
e) OTROS DOCUMENTOS ADICIONALES (MANUAL INFORMATIVO)

**Manual
Informativo
acerca de la
Infografía
periodística en
los Medios
Impresos**

Manual informativo acerca de la Infografía Periodística en los Medios Impresos

Barreras para la lluvia

Muchas veces las montañas dan lugar a diferentes climas, ya que cuando el aire húmedo es forzado a elevarse para cruzarla, forma densas nubes que producirán precipitaciones sobre la ladera de barlovento. Mientras, el aire que desciende y que ha perdido su humedad, se posa sobre la ladera de sotavento, con un clima más cálido y seco. Es por esto que a las montañas se les considera una barrera para la lluvia.



Autores:

**Mariuxi Gonzáles Sánchez
Katherine Montoya Morán**

La utilización de la herramienta Infográfica, ha avanzado rápidamente en los medios de comunicación impresos, teniendo gran aceptación en los lectores, ya que su combinación de imágenes sintéticas y textos procuran comunicar información de manera visual facilitando a su vez la transmisión del mensaje de manera secuencial.



Manual informativo acerca de la Infografía Periodística en los Medios Impresos



Autores:

**Mariuxi Gonzáles Sánchez
Katherine Montoya Morán**

**Milagro - Ecuador
2010**



PARTES DE LA INFOGRAFIA

Antes de conocer sobre el diseño de una infografía debemos tomar en consideración aspectos: El diseño de la infografía debe ser sencilla, completa bien estructurada y adecuada con la información que presenta. Para ello, hay que realizar diseños previos que presenten diferentes posibilidades

La proporción debe ser la correcta entre la imagen y el texto, debe existir contraste en el color de la forma y el fondo. El uso de la perspectiva puede otorgar atractivo al cuadro infográfico especialmente si se decide utilizar mapas para en el diseño.



También tenemos infografías digitales que son más dinámicas, por lo tanto más atractivas.

Los efectos de las animaciones no deben ser excesivos. Hoy vivimos en un mundo tridimensional, en el que se combina: imagen, color sonido y movimiento (multimedia).

Un gráfico es muy útil cuando el artículo tema o contenido presenta información numérica y el lector se perdería

en las cifras al leer la historia. Igualmente, resulta más apropiado colocar un mapa.

Por ejemplo, que estar describiendo con palabras la ubicación de un lugar.

Previo a la hora de descomponer una noticia. El periodista debe reconocer con claridad cuáles son sus partes fundamentales:

- * **El Título**
- * **El Texto**
- * **El Cuerpo**
- * **La Fuente**
- * **El Crédito**
- * **Secuencia de gráficos e imágenes**

* **EL TÍTULO.-** El Título debe ser directo y sintetizar el contenido de la Infografía. Puede ir acompañado de un subtítulo.

La nueva ley del tabaco

El Título es la primera prueba de que estamos ante una suerte de unidad informativa, con categoría propia y autónoma. El Titular puede venir acompañado de un subtítulo.

* **EL TEXTO.-** El texto debe ser sucinto y suministrar al lector toda la explicación necesaria para comprender lo que se muestra en la Infografía.

INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Antecedentes.....	5
Los Códigos Visuales del Periodismo Iconográfico.....	5
GRÁFICOS	6
A) DIAGRAMA	6
a) Diagrama Lineal (o de Fiebre).....	7
b) Rectilíneo.....	7
c) Circular o de Tarta.....	7
d) Ortogonal (de Barras).....	7
e) Polar	8
f) Tabla o Verbograma	8
B) ORGANIGRAMAS	8
MAPAS	8
a) Mapas de Situación.....	9
b) Mapas Detalle.....	9
c) Mapa Meteorológico.....	9
d) Cartograma.....	10
e) Mapa Ilustración.....	10
ILUSTRACIONES	10
a) Retrato.....	10
b) Chiste Gráfico.....	11
c) Chiste Grafico Editorial.....	11
d) Caricatura.....	11
SÍMBOLOS, ÍCONOS Y EMBLEMAS	12
a) Pictogramas.....	12
b) Logotipo.....	12
c) Isotipo.....	12
d) Grafismo.....	13
e) Banderas.....	13
f) Escudos.....	13
g) Sellos, Marcas y Cuños.....	13
h) Flechas.....	13

INDICE

CONTENIDOS	PAGINA
CÓMICs	14
a) Tira Cómica o Historieta.....	14
b) Cómics Informativos.....	14
ICONOGRAFÍA ANIMADA	15
a) Dibujo Animado.....	15
b) Videográfico.....	15
INFOGRÁFICOS (O INFOGRAMAS)	15
Tipos de Infografía.....	15
A) INFOGRÁFICOS VISTA:	15
a) Plano.....	15
b) Corte.....	16
c) Perspectiva.....	16
d) Panorama.....	16
B) GRÁFICOS EXPLICATIVOS:	16
a) De Causa-efecto.....	16
b) Retrospectivo.....	16
c) Anticipativo.....	17
d) Paso a Paso.....	17
e) Flujo.....	17
C) REPORTAJE:	17
a) Realista.....	17
b) Simulado.....	17
PARTES DE LA INFOGRAFÍA	18
*El Título.....	18
*El Texto.....	18
*El Cuerpo.....	19
*La Fuente.....	19
*El Crédito.....	19
*Secuencia de Gráficos e Imágenes.....	19

c) Anticipativo.- Anticipándose a la realización de hechos que se conocen detalles que inevitablemente ocurrirán (una boda real, el alunizaje de una cápsula espacial o una final olímpica). Este gráfico intenta poner al lector frente a las imágenes de la TV, proveyéndole información sobre: Personas, Procedimientos y Secuencias.



d) Paso a paso.- Expresa las etapas y secuencias de un proceso dado, como los cuadros de una película.



e) Flujo.- Es un Dibujo que describe las conexiones y los pasos de un proceso o una serie de procedimientos. Como el plano de una fábrica, con el proceso de fabricación de un producto determinado.



C) REPORTAJE:

Es el relato informativo visual de un hecho. La designación de Reportaje es Edwin Taylor. El nombre es válido en castellano, ya que dado su carácter narrativo, se aparta de la estricta y pretendidamente aséptica información.



a) Realista.- Busca representar los hechos, personas cosas, tal como las vio el autor.



Es típico de las informaciones sobre las audiencias judiciales en las que no se permite la entrada a fotógrafos.

b) Simulado.- Busca representar los hechos, personas o cosas, tal como se imagina el autor que ocurrieron, intentando adecuarse todo lo posible a los datos sobre la realidad a partir de los datos que se conocen.



b) Corte.- Es la vista del interior de un cuerpo. Los cortes a su vez pueden ser de tipo: longitudinal, transversal o tridimensional.



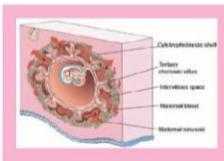
- Corte Longitudinal.- Se puede apreciar a lo largo del objeto.



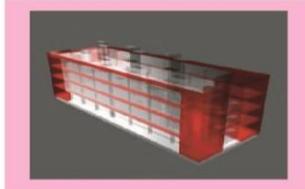
- Corte Transversal-a) De Causa
Se puede visualizar a través del objeto, es decir: de lado a lado.



- Corte Tridimensional.- Es la vista del interior de un cuerpo, según sus tres dimensiones.



c) Perspectiva.- Es la representación de los objetos en tres dimensiones.



d) Panorama.- Vista de un horizonte muy dilatado, como si se lo estuviera viendo pintado dentro de un cilindro hueco.



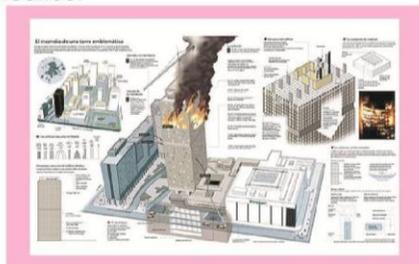
B) GRÁFICOS EXPLICATIVOS.-

Este tipo de Infografía, Gráficos explicativos De Causa-efecto, Retrospectivo, Anticipativo, Paso a paso y Flujo.

a) De Causa-efecto: Es aquel gráfico el cual explica la causa y el efecto de un hecho determinado.



b) Retrospectivo.- Es un Dibujo en tiempo pretérito, porque explica lo relativo a lo que ocurrió, como ocurrió, dónde, cuándo, etc., y con una clarificación de las consecuencias de esos hechos.



ANTECEDENTES

En Ecuador, la utilización de **la herramienta Infográfica**, ha avanzado rápidamente en los medios de comunicación impresos, teniendo gran aceptación en los lectores, ya que su combinación de imágenes sintéticas y textos procuran comunicar información de manera visual, facilitando a su vez la transmisión del mensaje de manera secuencial.

Estas características de la infografía de combinar recursos iconográficos, imágenes, con fragmentos textuales se constituye en una herramienta que con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación; gestadas dentro de nuestra cultura eminentemente visual e impulsada por la expansión, la consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet.



Hace que la prensa escrita se vea en la necesidad de utilizar herramientas que impulsen la lectura de la información, debido a la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público que va perdiendo el hábito de la lectura.

La Infografía, debido a su carácter **informativo y didáctico**, acerca al **lector con mayor sencillez** a la **información** por medio de imágenes que se fusionan al texto.

LOS CÓDIGOS VISUALES DEL PERIODISMO ICONOGRÁFICO

Según Gonzalo Peltzer la sintáctica y la semántica de los lenguajes, formulaciones semióticas abiertas a partir de los hábitos y convenciones en el uso de los signos, poseen un alto grado de autonomía.

Las expresiones del lenguaje visual raramente se componen de una sola de las categorías o grupos que podríamos enunciar. Suelen ser una composición de distintos tipos de **códigos visuales, gráficos, lingüísticos, fotográficos, etc.**, esto ocurre especialmente en el grupo de los denominados: **Infográficos o Infogramas.**



Una flecha puede significar ideas totalmente distintas.

Harol Evans considera **gráficos (graphics)**; sólo a un tipo que considera informativos, y **flavor graphics** a los puramente decorativos:

“Un simple dibujo que ilustra un artículo no es un gráfico, es una ilustración, como una simple fotografía en una información. Ambos se convierten en gráficos como una parte integrante del dibujo o la foto”.

Considera **Evans**; que solo son información las imágenes que contienen **explicaciones textuales**. Para él lo principal no son las imágenes, sino la la información textual. Pero los **graphics de Evans**, sólo una pequeña parte, un solo género o tipo de la cantidad y variedad posible de vehículos de un mensaje visual informativo.

La ambigüedad del término en castellano impide su utilización para designar a los distintos de información visual. No más pacto de lectura no horizonte de expectativas: **géneros, códigos o subcódigos**, lo que el emisor y el receptor se representan al percibir el **significante icónico**. Esas convenciones analógicas, establecidas por la cultura visual media, constituyen unos códigos que pueden llamarse **géneros**, para distinguir los contenidos de los mensajes iconográficos.

La clasificación de los géneros o códigos visuales del Periodismo Iconográfico la hace **Gonzalo Peltzer**, en su libro “Periodismo Iconográfico”, en siete grupos principales:

- 1) **Gráficos,**
- 2) **Mapas,**
- 3) **Ilustraciones,**

- 4) **Símbolos,**
- 5) **Cómics,**
- 6) **Iconografía Animada,**
- 7) **Infográficos.**

GRÁFICOS

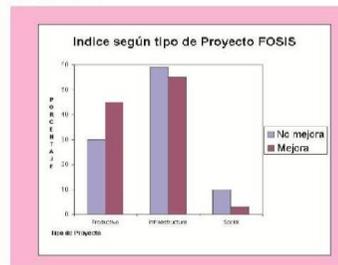
Representan visualmente una información consistente en una o varias correspondencias entre una serie finita de conceptos variables y una variable

Jacques Bertin: considera hay cuatro grupos de gráficos y los clasifica, según la naturaleza de las correspondencias que expresan en el plano: **Diagramas, Organigramas, Mapas y Símbolos.**

El **Dr. Gonzalo Peltzer**, en su libro “Periodismo Iconográfico”, él clasifica a los gráficos en **Diagramas y Organigramas.**

A) DIAGRAMAS.-

Es un Dibujo Geométrico, sirve para probar una proposición, o para representar de una manera gráfica la variación de un acontecimiento o de un fenómeno.



ICONOGRAFÍA ANIMADA

a) Dibujo Animado.- Se denomina así a la técnica cinematográfica confeccionada a la inversa que el cine de película por el procedimiento de dibujar los cuadros que componen la animación cinematográfica.



El dibujo animado y la animación tienen importantes virtualidades informativas y de comunicación.

b) Videográfico.- Así llaman Ben Blank y Mario García a las composiciones iconográficas para televisión.



En los videográficos se dan también los géneros mencionados más arriba: gráficos, tablas, caricaturas, retratos, infográficos, etc., pero con dos particularidades específicas, propias de agregar el movimiento y el sonido (dimensión temporal, presente en todo mensaje televisivo) al lenguaje visual estático

INFOGRÁFICOS O (INFOGRAMAS)

En Ecuador, la utilización de la herramienta Infográfica, ha avanzado rápidamente en los medios de comunicación impresos, teniendo gran aceptación en los lectores, ya que su combinación de imágenes sintéticas y textos, procuran comunicar información de manera visual, facilitando a su vez la transmisión del mensaje de manera secuencial.

Tipos de Infografía.- Según Peltzer, los, tipos de infografía son de: Vista, Gráficos Explicativos y de Reportaje, cada uno de ellos a su vez tiene su subdivisión.

A) INFOGRÁFICOS DE VISTA: Es un dibujo esencialmente explícito, en el todos los elementos reales están puestos exactamente en su sitio. Con todo detalle y proporción, puede acompañarse de leyendas y números explicativos. Las Infografías tipo Vista se subdividen en: Plano, Corte, Perspectiva y Panorama.



a) Plano.- Es la representación gráfica en una superficie de un terreno o de la planta de un campamento, plaza, etc.



dole el mismo sentido; ella denota velocidad, hacia adelante, arriba, abajo, a través, atacar, a través, el futuro, la historia, fuera de alcance, lanzar hacia adelante o atrás, éxito o fracaso de la economía, empujar.



La gama de sentidos que se pueden atribuir a este símbolo es amplísima, dependiendo siempre de los códigos semióticos que compongan su entorno

CÓMICS

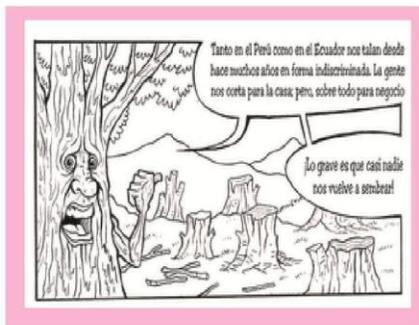
A) Tira Cómica o Historietas.- Son Historias secuenciales dibujadas, con gran contenido escénico y según códigos cinematográficos.



Valentín Samaniego, hace hincapié en lo literario y los llama 'auténtica literatura visualizable'.

Los **Cómic**s comenzaron a publicarse de modo simultáneo en: ediciones especializadas y en los suplementos infantiles de los periódicos.

B) Cómic Informativos.- Es una adaptación del lenguaje del **Cómic**, a las informaciones de los hechos reales.



La han empleado algunos periódicos y también se han editado tebeos monográficos sobre acontecimientos históricos determinados.

El Diagrama tiene el dominio mono-sémico de la percepción espacial; en un instante se perciben las relaciones entre las tres variables del gráfico: las dos dimensiones del plano y las variaciones de las marcas.

Para **Holmes**, hay cuatro tipos básicos de Diagramas siendo uno de ellos el modo correcto de representar gráficamente datos estadísticos determinados:

- Lineal o (de Fiebre)
- Barras
- Tarta y
- Tabla

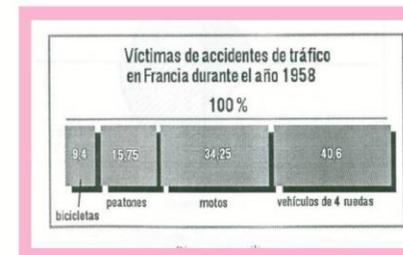
a) Diagrama Lineal (o de Fiebre).-

Se representan por líneas, según dos ejes perpendiculares de coordenadas, que expresan las 2 componentes variables.



Los **lineales** o de **fiebre**, son especialmente aptos para mostrar tendencias.

b) Rectilíneo.- Es una línea recta se representa el número total de las componentes variables, y se divide en las partes proporcionales que suman el todo invariable.



c) Circular o de Tarta.- Las correspondencias o proporciones de componentes variables, se representan como:



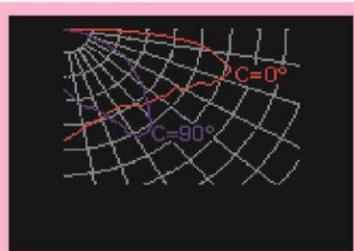
expresados generalmente con distintos colores o tramas.

d) Ortogonal (de Barras).- Las correspondencias o proporciones están



representadas por bloques de diferentes: **colores o tramas**. Según una disposición de ángulo recto, en los que la base constituye la componente invariable.

e) Polar.- Es la versión circular del diagrama ortogonal.



Las proporciones son iguales, a la vez que se expresan las diferencias entre ellas.

f) Tabla o Verbograma.- Es un Diagrama esencialmente textual, en que el diseño de la información agrupa, distingue, relaciona o resalta los mensajes lingüísticos que contiene.

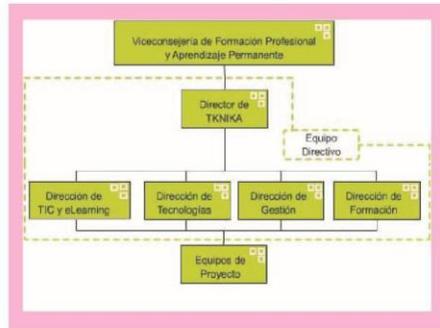
Emelec		
Jaguars		
Kilmowicz	Villalpando	
C. Quiñónez	Flores	
Fleitas	Razo	
Achilier	Sánchez	
Bagú	Valdez	
Mena	Rojas	
Quiroz	Esqueda	
P. Quiñónez	Zamora	
Giménez	Manso	
Menéndez	Torres	
Iza	Salazar	
DT: O. Asad	DT: Guadalupe	
Árbitro: Victor Carrillo (Perú).		
Hora: 19:50		
Estadio: George Capwell		
Transmite: Fox Sports		

Las Ta-

blas son más adecuadas cuando es necesario presentar una información, que contiene muchos números que deben ser leídos con cuidado. **horarios, cotizaciones, etc.** Un ejemplo típico podría ser la tabla de clasificación de un torneo deportivo

B) ORGANIGRAMAS.-

Es la representación gráfica de las relaciones de una organización.



No expresan ningún tipo de proporción y su correspondencia se manifiesta sólo por las relaciones entre algunas o todas las decisiones de la misma componente.

MAPAS

Es la representación geográfica de la Tierra o de parte de ella es una superficie plana. Expresa algunas o todos los componentes de una información de acuerdo con un orden geográfico. Se pueden considerar cinco tipos de

para designar al **Logotipo**, sin tener en cuenta que por su mismo origen un **Isotipo** jamás incluirá palabras fonéticas.

d) Grafismo.- También se los llama **Mancheta y Logotipo**.



Se utilizan para identificar: *el tema de una historia, una sucesión de historias sobre el mismo tema, distintos aspectos de una misma noticia o la sucesión en distintos días de un mismo acontecimiento.*

e) Banderas.- Es la representación visual, originalmente en soporte de tejido de una institución, desde las Naciones Unidas a una Familia. Las de los países constituyen, por ser conocidas- un recurso de información visual de primer orden.



f) Escudos.- Es el Signo de reconocimiento transmisible por vía hereditaria (blasón), característico de una colectividad (escudo), genealógica (blasón), funcionalidad (emblemata), territo-

rial (escudo de una nación). Igual en el caso de las Banderas, los Escudos de los países, clubes y organizaciones, por ser más conocidos por el público, son muy utilizados en el Periodismo Visual.



g) Sellos, Marcas y Cuños.- Son las representaciones visuales de personas e instituciones.



Se diferencian entre ellos por el soporte original; papel o pergamino para los sellos; el ganado, las marcas, metales para los cuños etc.

h) Flechas.- Es uno de los signos más universalmente comprendidos esto es a la vez una ventaja y desventaja, porque la flecha significa demasiadas cosas. Poca gente puede usar una flecha simbólicamente, dán-

SÍMBOLOS, ÍCONOS Y EMBLEMAS

Es la representación de: **objetos, cosas, personas, animales, profesiones, deportes, conductas, religiosa etc.**, por medio de siluetas, dibujos o figuras, lo que significan. Apelan a un lenguaje que es ya generalmente conocido por el público.



Los símbolos son generalmente no figurativos, producto de una convención, mientras que los íconos son analógicos.

a) Pictogramas.- Es la representación ideográfica de objetos o ideas mediante signos.



Se trata generalmente de analogías figurativas, y no hay correspondencias establecidas en el plano, sino entre el plano y el lector. La correspondencia es, por tanto exterior al gráfico.

b) Logotipo.- Es la representación gráfica emblemática de un ente abstracto.



De tal modo que el lector identifica plenamente ese símbolo con lo que representa (**acontecimiento, marca, partido político, país, etc.**)

c) Isotipo.- Es la traducción de la Sigla Inglesa: **ISOTYPE: International System Of Typographic Picture Education.**

El Sistema ideado por: **Otto Neurath**, intentaba producir una serie de símbolos que fueran entendidos, por todas las personas.



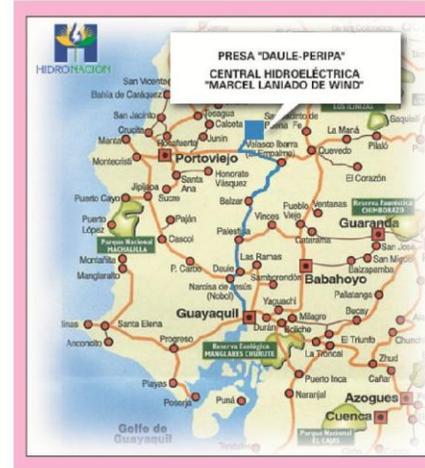
A veces se utiliza este nombre para

Mapas Periodísticos:

- **Mapas de Situación**
- **Mapas de Detalle**
- **Mapas Meteorológico**
- **Cartograma**
- **Mapa Ilustración.**

Los Mapas, responden siempre a la necesidad de apelar el sentido **geográfico del público**, para comprender las noticias.

a) Mapas de Situación.- Es aquel que sitúa al lector desde afuera hacia adentro.



De modo que pueda, desde sitios conocidos situarse en el lugar que se pretende describir.

b) Mapas de Detalle.- La parte del Mapa, generalmente resaltada sobre un **Mapa de Situación**, que muestra los sitios concretos que se preten-

den describir.

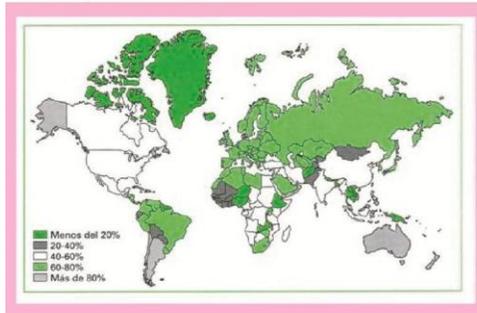


c) Mapa Meteorológico.- La quinta-esencia del Mapa Informativo, por su importancia informativa y habitualidad de su uso en todos los medios visuales.



Se trata ya de una especie de mapa con código, simbología, estilo y característica particular, que han motivado una preparación peculiar o especialidad en los periodistas que se dedican a este tipo de información en los distintos medios de comunicación.

d) Cartograma.- Es en parte **Mapa** y en parte **Diagrama**.



Es la representación cartográfica de relaciones o proporciones entre las componentes variables de una información, en la que el dato **espacial-geográfico**, resulta la componente invariable.

e) Mapa ilustración.- Podría hablarse de una categoría más de Mapas Informativos que se denominaría con esta expresión.



Se trata de aquellos Mapas en los que el dominio de los significados no está

en el Mapa en sí; (en las relaciones geográficas, que intentan explicar) en la información que utiliza al Mapa, como una simple **Ilustración o Referencia**.

ILUSTRACIONES

A) Retrato.- Es la representación gráfica de personas o cosas determinadas.

Un artista puede conseguir una imagen o una combinación de imágenes de personas editorializadas o no, que la fotografía no puede hacer.



Con un buen titular y una buena composición se puede conseguir el relato completo de una historia.

Se las utiliza mucho en los suplementos de los periódicos norteamericanos, aprovechando las creatividades

de los artistas y también el gran tamaño de la mayoría de los diarios de ese país que permiten un tratamiento gráfico muy creativo. el original puede ser un: *gouache, acuarela, acrílico, tinta y colores a lápiz, varias combinaciones, siempre de secado rápido.*

b) Chiste Gráfico.- Se trata de uno de los casos en que se da con más pureza el lenguaje visual. El lenguaje del chiste supone siempre: **códigos conocidos en los lectores** y hacen gracia en la medida en que consiguen **ridiculizar** una situación que para quien lo entiende.



Es siempre conocida, y que constituye la **clave de su éxito**.

c) Chiste Gráfico Editorial.- Se trata de lo que en la prensa americana recibe el nombre de **Cartoon**. Tanto que aparece en un solo acto, como el secuencial, que sin palabras

o con ellas (**leyendas o globos de diálogo**) contiene un comentario.



d) Caricatura.- Esteban Morán T., en su libro: **"Género de Periodismo de Opinión"**, lo considera, un género de opinión.

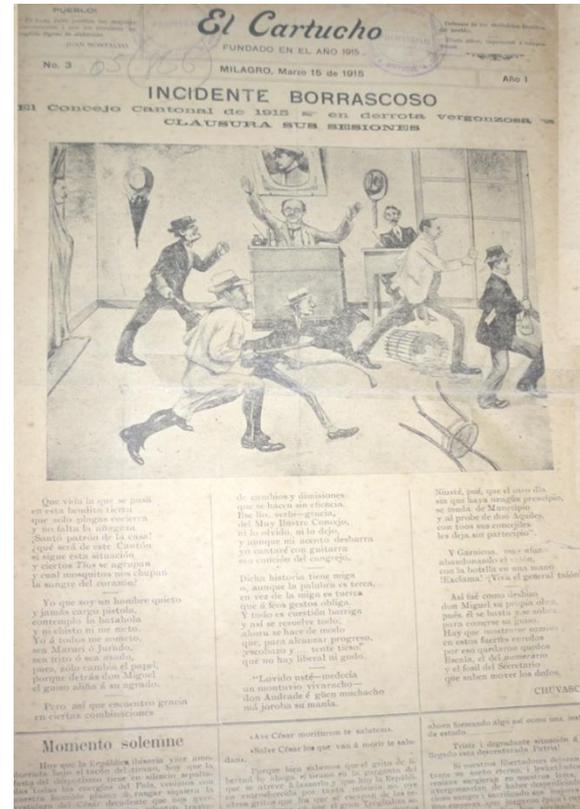


Es un dibujo de la cara o del cuerpo entero de una persona bien conocida, con sus rasgos principales exagerados, expresando especiales características de sus actitudes o de su conducta.

e) OTROS DOCUMENTOS ADICIONALES (PORTADAS DE PERIÓDICOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO 1889-2010)



SEMANARIO “LA VOZ DEL MILAGRO”
(Fundado en el Año 1889)



SEMANARIO “EL CARTUCHO”
(Fundado en el Año 1915)



SEMANARIO "EL LÁPIZ"
(Fundado el 15 de Agosto 1920)



QUINCENARIO "LA PULGA"
(Fundado en Mayo de 1945)

EL MONTUVIO

SEMENARIO ORGANICO DEL CONSEJO CENTRAL DEL SINDICATO DE TRABAJADORES AGRICOLAS CAMPESINOS POBRES Y OBREROS RURALES DE GUAYAS (STACPORO)

Nuestra divisa: la lucha por los Intereses Populares y de los Trabajadores

Cuarto Epoca No. 1 Director: LA COMISION DE PRENSA Milagro, 28 de Mayo de 1945 VALOR 0,30

MANIFIESTO

Que el Ilustre Concejo Cantonal del Milagro dirige a la Ciudadania

Con motivo de conmemorarse hoy el primer aniversario de la heroica gesta libertaria, llevada a cabo por el heroico pueblo de Guayaquil el 28 de Mayo de 1944, y recordada por todo el pueblo ecuatoriano, dando al traste con un régimen opresivo y odiado para restaurar una vez más la democracia y la libertad, el Ilustre Concejo Cantonal del Milagro, surge como movimiento reivindicador, ha acudido de su deber expresar en este día, su más emocionado saludo al Héroe, Sr. Presidente Constitucional de la República, Dr. José María Velasco Ibarra, al señor doctor Francisco Arízaga Jaimes, Excmo. Presidente de la Honorable Asamblea Nacional Constituyente, y principal gestor de la Revolución de Mayo, al Ejército y al Pueblo de Guayaquil, batallas poderosas de esta grandiosa jornada.

Al mismo tiempo, el Ilustre Concejo, ha estimado también necesario, hacer un llamado a sus ciudadanos laboriosos, para exhibir ante la ciudadanía, un ejemplo y claro baluarte de sus actuaciones, a partir de los 19 de Julio de 1945, en que se instaló el actual personal técnico, hasta la fecha.

Exposición Inicial
Al poder juzgar la labor del actual Concejo, es necesario discernir claramente las tres etapas principales que ha tenido que recorrer, y que han sido las definidas del siguiente modo:

Primera Etapa
Hasta ya desde el día de la instalación del actual Concejo, el 19 de Julio, hasta el 6 de Septiembre del año pasado, fecha en que dejó la presidencia el señor Rafael Valdez Escobedo, un período de disonancia de incertidumbre, de dudas, de observaciones y también, en buses de la pérdida moral de la administración municipal.

No es posible acoplar crédito ni al nuevo Concejo, y

no había hecho cargo como jefe de la Administración, el Presidente señor Rafael Jáimes, Sr. Chiriboga. Un solo hombre en el manejo de una completa administración, al mando de las condiciones de confusión y trastorno de todo orden que invadieron a alguien a toda revolución, no se podría realizar, por lo tanto, para realizar obra, se necesitó un grupo que inicialmente se denominó "Comité de Defensa", e incluso para atender ese período de diez días meses que termina el 19 de Julio, los trabajos se realizaron provisionalmente. Igualmente, la subvención fiscal por concepto de la venta de aguas, drenajes, etc., desaparecieron a consecuencia de la paralización de las ventas que se dio a la revolución, durante estos meses, científicos que hayan dejado de ingresar por este motivo, se les devolvieron al Concejo Municipal.

A más de todo esto, la situación financiera municipal, ya venía siendo difícil en los últimos tiempos. En Octubre de 1945 se hizo un préstamo al Banco de Descuento para atender las necesidades de la Administración, por la suma de Sesenta Mil Sueros. En Marzo de 1946, se hizo un nuevo préstamo por Ochenta y cinco mil Sueros, al mismo Banco, para solventar la Caja Municipal, y atender los gastos urgentes.

Ayudando a Pagar la Guerra
Desarrollamiento de las Finanzas Municipales, no es posible ver el producto de las contingencias de nuestro medio, en el período de las condiciones municipales de desastre económico, en el 19 de Julio, de la guerra, en que todos los recursos económicos de todo tiempo, se vieron afectados.

Una Administración Pasajera desde de un Concejo Destrozado
Al Concejo actual, el 19 de Julio, se hizo un préstamo al Banco de Descuento para atender las necesidades de la Administración, por la suma de Sesenta Mil Sueros. En Marzo de 1946, se hizo un nuevo préstamo por Ochenta y cinco mil Sueros, al mismo Banco, para solventar la Caja Municipal, y atender los gastos urgentes.

Hay que darnos cuenta de la realidad de la vida municipal, que se ha desarrollado en los últimos tiempos, en que todos los recursos económicos de todo tiempo, se vieron afectados.

EL MILAGRO

SEMENARIO INFORMATIVO DE UTILIDAD PUBLICA POR LA EDUCACION DEL PUEBLO

Páginas \$ 0.40 Año I No 2 San Francisco del Milagro, Enero 28 de 1949 Director Proprietario ELMAR E. YOTA

El Semenario local EL MILAGRO

Se cumple en salud a sus lectores a la ciudad y a los países hermanos del mundo el AÑO NUEVO.

Milagro, Enero de 1949.

Organice y obras de utilidad pública del Milagro

Conferenciamos recientemente con sus amigos de la ciudad de la "Solidaridad del Pueblo" los temas que se abordan en este número del "El Milagro", que se abordan en este número del "El Milagro", que se abordan en este número del "El Milagro".

Perece en hacienda Clementina al oriente de Baños, esposa de ciudadano polaco desaparecido

Cadáver de la víctima es decapitado y destruido el cráneo

En una de las habitaciones de la casa de la hacienda Clementina, perteneciente a la jurisdicción del Cantón Pajón, de la provincia del Tungurahua, se ha encontrado el cuerpo de una señora polaca, esposa del ciudadano polaco Casimiro Lech, desaparecido desde el mes de diciembre último y dueño del mencionado fundo. El cadáver de la víctima, en estado de putrefacción, se hallaba decapitado y con el cráneo destruido. Los instrumentos que se usaron para el asesinato fueron el filo de un machete y un cuchillo.

Desastre debió a encallamiento de la nave a causa de espesa neblina cuando electuaba viaje de Guayaquil al Callao

En la noche del 20 de diciembre último el buque peruano "Carlos Sacoto" se encalló en la altura de Punta Tor, a causa de espesa neblina que cubrió el mar.

Alcaldía sigue la búsqueda del cadáver del ciudadano polaco desaparecido

El Sr. Lech, ciudadano polaco, desaparecido desde el mes de diciembre último, sigue siendo buscado por la Alcaldía de Baños.

SEMENARIO "EL MONTUVIO"
(Fundado el 28 de Mayo de 1945)

SEMENARIO "EL MILAGRO"
(Fundado el 16 de Enero de 1949)

LA CRONICA

Semanario al Servicio del Pueblo
Edición de 4 Páginas

Fundado el 24 de Noviembre de 1957
Director: Elías Aguilera

Año XIII - No 597 Milagro-Ecuador, Sábado Agosto 22 de 1970 - Valor 20 Ctvos

LOABLE LABOR

Plausible labor la del Médico Municipal Dr. Diógenes García Rodríguez. Su campaña iniciada en bien de la salud pública está dando magníficos resultados. Ha terminado, en pocos días, y con el aplauso general, con el papel impreso de carnicerías, introducción de vísceras serranas, venta de comidas preparadas, chichas de naranjilla y mas frutas podridas y expuestas a la venta desprovistas de todo principio de higiene. También habría ordenado el comiso de unas barricas de chicha fermentada de la calle 24 de Mayo; pero, según nos informamos, cierto paquito se dejó sobornar de dos pachucas chicheras de quienes recibió 30 sucras de cada una, y la chicha nociva no fue comisada. Esto debe de inver-

tigarse; pues este mismo paquito recibió 20 sucras de la señora Rosa N., habita frente Beo. La Vivienda, por dejarla reparar una cocina de covacha pajiza. Adelante doctor. Duro con los asesinos del pueblo.

Financiación?

Quince días de la nueva Administración Municipal, marcan el principio de una nueva era en nuestra Comuna. No nos adelantamos en predecir el final de esta jornada, que hasta el momento tan solo ha cancelado a los pipones y al tesorero y secretario; al Comisario y al Jefe de Agua Potable. Los reemplazos son aceptables y ojalá no sigan las asquerosas huellas de sus antecesores que escandalizaron al pueblo con su ineficacia, nomeimportismo, hurtos y groserías. Con paños tibios no se cura a un enfermo tan grave como es la economía municipal. Sepárese al personal de empleados que están demas. Hágase readir trabajo a los servidores de todo orden, pues solo así se financiará nuestro municipio, a largo plazo, quizás el año 1972.

res que escandalizaron al pueblo con su ineficacia, nomeimportismo, hurtos y groserías. Con paños tibios no se cura a un enfermo tan grave como es la economía municipal. Sepárese al personal de empleados que están demas. Hágase readir trabajo a los servidores de todo orden, pues solo así se financiará nuestro municipio, a largo plazo, quizás el año 1972.

Fiestas Septembrinas

Tres semanas faltan para la fecha del Aniversario Cantonal, y aún no conocemos sobre gestiones a los participantes del programa de festejos, tales como las Instituciones, Colegios y Escuelas, Liga Deportiva, Cuerpo de Bomberos, ect., etc. Es muy (pasa a la pág. 3)

GERARDO MIRANDA G.

Importación-Exportación

Abarrotes por mayor.- Depósito de Colas y Cervezas.- Compra cacao, café, maíz y mas productos.- Sirviendo al Comercio e Industria con sus potentes transportes. Y en su Piladora DON WALTER compra arroz en cáscara y vende pilado y atiende pedidos de provincias. G. Moreno 1500.- Teléfono 4069

SEMANARIO "LA CRÓNICA"

(Fundado el 24 de Noviembre de 1957)

Edición de 6 Pag.
Valor \$ 0.20 ctvs.

LA EPOCA

PRIMER DIARIO MILAGREÑO-Fundado el 24 de Agosto de 1963-

Director: J. Matamoros Olvera

Año I No 24 San Francisco de Milagro (Guayas-Ecuador)- Martes 17 de Spbre. de 1963-

Patriotas Olvidados..

LOOR
AL
17
DE
SETBRE.
1913



La presente grafica Histórica nos muestra a los "Patriotas Olvidados" que en 1912 formaron el 1er. Comité Pro - Cantonización de Milagro.

El Directorio de este Comité, arrumbador del futuro destino del Milagro estuvo integrado por los siguientes caballeros.

Presidente: Señor Don Carlos E. Ordeñana.
Vice-presidente: Señor Don Miguel Andrade M.
Secretario: Señor Don Nicanor Alprecht
VOCALES:
Rvdo Padre Luis Arias, Cura Párroco del lugar, Manuel A. Ortega, José Calixto Jara, Ernesto Seminario H., Arturo Enriquez, Eduardo Seminario H., Camilo A. Andrade, Antonio Cobo, Francisco R. Jurado, Serapio Ortega, Rogelio Arias y Manuel Hidalgo.

LA EPOCA RINDE CALIDO HOMENAJE A LOS PROPULSORES
-DE LA CANTONIZACION DE MILAGRO.-

"DIARIO "LA EPOCA"

(Fundado el 24 de Agosto de 1963)

Obras Demagógicas

Del Domingo 7 a esta fecha, son varias las obras cuyas construcciones se las esta publicitando, muchas de las mismas en lugares que no son los mas apropiados tanto por su posicion geografica, asi como por su densidad poblacional, todo lo cual no justificaria los millones que se invierten ni en el presente ni en el futuro inmediato, dando mas bien la impresion de signos demagogicos tendientes a confundirse con fines electorales que desde ya se estan poniendo en practica para 1983, con claras evidencias de captar posiciones en lineamientos politicos ya defenestrados; dijo para este servicio noticioso un alto dirigente de la politica local.

Mañana habrán elecciones en Sindicato de operadores

El Sindicato de Operadores de Maquinas Agrícolas y Anexos, celebrará mañana Domingo en la "Mambisa" General convocada con la finalidad de realizar las elecciones correspondientes al hienno 80-81. Para el efecto se convocaron a inscripciones, existiendo hasta el momento 4 listas inscritas, siendo la mas fuerte la que preside el actual Secretario General, Señor Ernesto Hoyos Vidarzo.

Club de Leones homenajeará a niños

El Club de Leones de esta ciudad que preside el señor Fabian Hernandez y su Comité de Damas presidido por la C. Piedad Requillo de Fernandez, procederán a entregar sugetes a medio millar de niños matriculados en los primeros grados de las escuelas de esta zona, con motivo de conmemorarse el natalicio del Doctor Republicano. El acto en mención tendrá lugar en horas de la tarde de mañana Domingo en su propio local, al que previamente han sido invitados los niños que recibirán sus aguilardos.

Centro poblado de La Chiquita es una realidad

Don Gregorio Canales miembro del Frente de Lucha Suburbana de esta ciudad, nos manifestó que por veranos dignos conoce que a más tardar a fines de este mes se concretará por parte del Poder Ejecutivo la aprobación del Decreto que termine la creación del Centro Poblado de La Comuna La Chiquita y que se levantará en un área aproximada de 50 hectáreas. Nuestro informante se sirvió manifestarnos que en el mismo y por gestiones hechas ante la Primera Dama del País Ab. Martha Bucaram de Robles, se construirán a corto plazo, varias obras comunales de Servicio Social, como son Escuelas, parques, etc. así como el Dispensario del Seguro Campesino, que es ya una realidad.

EL CAMPANAZO

SEMANARIO INDEPENDIENTE AL SERVICIO DE LA VERDAD

No. 71 MILAGRO ECUADOR AÑO 3
 DIRECTOR: PEDRO A. PAZMIÑO C. VALOR \$ 1.00
 CO DIRECTOR: JORGE MARTINEZ ANDRADE Milagro, Sábado 20 de Diciembre de 1980
 FUNDADO: NOVIEMBRE 25 DE 1978



PODRA HABER NAVIDAD FELIZ PARA ESTOS NIÑOS QUE DICEN A ESTO LAS INSTITUCIONES BENEFICAS.

Presidente del Consejo encabezó limpieza

El Presidente del Consejo naranjense, Celso Leonardo Diaz Avellan y los Ediles en general, encabezaron el fin de semana anterior, la limpieza total de dicha población en la que participaron estudiantes de los cursos superiores, así como la ciudadanía toda.

La actitud asumida por el primer pesero municipal del Cantón Naranjo, fue comentada con los mas elogiosos comentarios por parte los habitantes de la citada población.

Surtidores de agua potable fueron suspendidos

Trabajadores de la Empresa de Agua procedieron a partir del inicio de la semana que vendrán hoy, ha cortado los surtidores de agua publica y que beneficiaban a una enorme cantidad de ciudadanos de escasos recursos económicos, a pedido del Alcalde, contintaro toda vez que dicha autoridad consideraba que era tiempo suficiente para que cada quien haga las diligencias necesarias tendientes a tener sus propias instalaciones.

+

En Memoria del Señor

SIMON BOLIVAR VILLACIS ROBLES

Padre del Sr. Francisco Villacis, Asistente de Gerencia de S.A. Importadora Andina El Gerente y Personal de la Sucursal 28

Señor Usuario Industrial

La dinámica de sus actividades están reflejadas en el pago oportuno de su Planilla de Consumo eléctrico; coopere en este sentido con la Empresa

LE QUEDAREMOS MUY RECONOCIDO EMPRESA ELECTRICA MILAGRO CA

SEMANARIO "EL CAMPANAZO"
 (Fundado el 25 de Noviembre de 1978)



DIRECTOR: RICARDO RODRIGUEZ BARCIA JEFE DE REDACCION: RICARDO RODRIGUEZ SPAROVICH
 AÑO 1 - QUINCENARIO No. 26 MILAGRO 25-26 DE OCTUBRE DE 1980 VALOR : UN SUCRE

Exámenes 2 trimestre del 27 de Septiembre al 31 de Octubre

Comenzó "fiesta Electoral" en ésta Ciudad

Al haberse iniciado el proceso electoral, el mismo que culminará el domingo 7 de Diciembre con la renovación de minorías de concejales, el cantón Milagro participa con 10 listas debidamente inscritas, las mismas que están integradas por cinco candidatos Principales y cinco Suplentes que representan los partidos políticos en actividad.

Siendo así, de los 50 candidatos Principales y 50 Suplentes solamente saldrán electos cinco concejales, esto es de 10 listas, contemplándose la eliminación de seis por no alcanzar el cuociente necesario, ya que una de las cuatro, de ser así, que obtenga una notable mayoría debería alcanzar DOS puestos, de acuerdo al cuociente electoral.

RESULTADOS DEFINITIVOS DE ELECCIONES DE CONCEJALES

Del Tribunal Electoral del Guayas hemos recibido los resultados oficiales de las elecciones para concejales que respecta al cantón Milagro al 15 de enero del presente año:

LISTAS	VOTOS		
2	285	11	1.348
4	1.272	12	4.264
5	3.452	14	7.295
8	377	15	532
9	591	VALIDOS	23.743
10	4.326	NULOS	3.888
		BLANCOS	1.215
		TOTAL	28.848

REGISTROS ANULADOS: 32, 39, 40, 46
 REGISTROS SUSPENSOS: 52

De estos resultados podemos constatar los siguientes detalles, tales como el número de Registros anulados, cuatro, que suponen más de dos mil votos desperdiciados, motivado por determinadas fallas o equivocaciones, involuntarias o no, o que serán sancionadas de acuerdo a la Ley.

NOMINA DE CANDIDATOS
 A continuación ofrecemos la nómina de los dos primeros candidatos de las listas participantes en el cantón y los oficios o profesiones que ostentan :

- LISTAS 2.- Liberales :**
 Dr. Vicente Asún Ubilla - Médico
 Sr. José Diarte de la Vera - Comerciante
- LISTAS 4.- C.F.P. :**
 Dr. Armando Jiménez Lescano - Odontólogo
 Sr. Segundo Paredes Sánchez - Comerciante

"SEMANARIO "EL REPORTERO GRÁFICO"
 (Fundado el 10 de Noviembre de 1979)

Según la Misión Manuela Espejo...

70% de la población sin servicios básicos

3.948 CASOS DE DISCAPACITADOS EN MILAGRO

Dora Tomy Sánchez, Directora Regional de Informática

Concluyó su trabajo en Milagro la Misión Manuela Espejo de la Vicepresidencia de la República, obteniendo luego de una amplia investigación los siguientes resultados:

- ✓ 8.680 casas fueron visitadas
- ✓ 3.948 casos de discapacidad fueron considerados
- ✓ 900 personas tienen discapacidad intelectual
- ✓ 2.048 personas tienen otras discapacidades
- ✓ 233 personas tienen discapacidad crítica
- ✓ El 2,8% es la tasa de discapacidad en Milagro
- ✓ 70% de la población no goza de los servicios básicos.

Presidente considera pedidos de Junta Cívica

MINISTRA DE ORGANIZACIÓN POLÍTICA DORIS SOLÍS DELEGADA PARA REUNIRSE CON LOS DIRIGENTES INSTITUCIONALES MILAGREÑOS

En la gráfica el Coordinador Político de la Región 5 Jorge Estrella, en el Ministerio del Litoral con el Ab. William Reyes, Dr. Víctor Galbor y Ab. Manuel Infante Presidente y Miembros de la Junta Cívica de Milagro.

Milagreño Campeón Nacional de Box

EN REPRESENTACIÓN DE LIGA DEPORTIVA CANTONAL Y DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DEL QUINAS, EL DEPORTISTA ROBINSON REVALLOS OBTUVO LA MEDALLA DE ORO Y EL TÍTULO DE CAMPEÓN NACIONAL JUVENIL EN 79 KG. EN LOS JUEGOS NACIONALES ORGANIZADOS POR EL MINISTERIO DEL DEPORTE

Srta. Deportes de Liga Deportiva Cantonal

ANTONELLA ESTEFANÍA PUGA

Prensa **\$0.50**
LA VERDAD
Orgullosamente milagreño

SEMANARIO PRENSA "LA VERDAD"
(Fundado el 15 de Septiembre de 1984)

Año XV
Edición 52559
12 paginas
Precio: 0.20 ctvos

El Nacional **JUEVES**
Milagro
2 de septiembre del 2010
Primer Diario Milagreño
el_nacional_milagro@hotmail.com

Candidatas a Reina de Milagro se presentaron gratis al pueblo



Aunque para la elección de Reina de Milagro, será difícil para miles de personas pobres ver este espectáculo, al menos el sábado anterior en el parque norte lograron ver a las 11 candidatas en un acto que estuvo lleno de apretujones, incomodidades, pero también belleza, destellos y luces artificiales. Muchos ya tienen a sus favoritas, aunque nunca faltan las especulaciones sobre las de antemano finalistas.

Profesores de Taura se reunieron con assembleísta Vicuña

Departamento técnico de CTG trabaja en señalética en Milagro

DIARIO "EL NACIONAL"
(Fundado el 23 de Septiembre de 1994)

EL CITADINO
 Av. Chile entre 24 de mayo y Chimborazo
 Planta baja, local 2 | 2711 - 733 * 099-210759
 099-965068

MILAGRO - JIJAS - YAGUACHI - NINÓN DE PAZ
 MARGOLINO RAMÍREZ - ROBERTO ASTUA
 SIMÓN BOLÍVAR - LORENZO DE GARAYDOA

ISSN 099-965068

Semana del 13 al 19 de mayo del 2006
 San Francisco de Milagro, Ecuador

Nº 109
 AÑO 3
 elcitadinomilagro@hotmail.com
 2 secciones / 14 página

Del Citadino
 Para ti por ser
 nuestra guía, cómplice
 y amiga de toda la vida
 gracias por ser así...
Feliz día mamá

IESS de Milagro se convertiría en Hospital Piloto

"NO" a la disposición de uno en moto

EN ESTE NÚMERO

En tema salud: Alteraciones provocadas por los Anticonceptivos.
 Se inauguraron obras en la Escuela Fiscal Juan E. Vargas.
 Entérese de la vida de: Sra. Juana Rosa Aguirre de Martínez.
 UNEMI rehabilitará instalaciones deportivas.
 Lic. Julia Sánchez Barón fue electa Presidenta del Club Rotario.

Comercial CREDITOS "J & M"
 8 de Lavadora, Cocinas, Televisores, pos de Sonido, Bicicletas y muchos zodomestios más.
 Promociones marca como: Panasonic Royal, Daewoo, etc.
 más ventas de Camas, Canales, rectos para el bebé, etc.
 Atención de Lunes a Sábado de 09:00 a 21:00.
 Domingos: 13:00 a 21:00.
 Galerías: Proprietarios: José Cárdenas y Sra. Nelly López Alvarado.
 Aproveche los grandes descuentos por el Día de la Madre.

ASOCIACIÓN GUAYANESE DE FISIOTERAPIA Y REHABILITACIÓN FÍSICA ASOFISICA
 Clausura curso de capacitación

NOTAS MUNDIALISTAS
 En página de deportes.....
 FALTA 27 DÍAS

¡COMPROBADO TRATAMIENTO CURACIÓN TOTAL HERIDAS - LLAGAS - GANGRENA
 Lleva 25 años trabajando con pacientes que tienen diabetes, logrando como resultado salvar de seguras amputaciones a muchas personas, mediante la aplicación de modernas técnicas.
Dr. Jorge Fiallos Tulmo, M.D.
 Consultorio: Colón 1421 y Machala
 Citas: 2366 739 2367 677
 ATENCIÓN: Lunes a viernes 9 a.m. a 6 p.m.
 Sábados: 9 a.m. a 12 a.m.

SEMANARIO "EL CITADINO" SEMANARIO"
 (Fundado el 24 de Abril del 2004)

RUC: 0908590714001
 AUT. SRI: 110738847
 Fundado el 11 de Agosto del 2004

EL DESPERTAD informativo

VERAZ - OPORTUNO - LIBRE E INDEPENDIENTE
 Año 6 - Edición 142 - DEL 26 DE AGOSTO AL 05 DE SEPT. DEL 2010 - Milagro - Ecuador

CORREA FUE NOMBRADO JEFE DE CAMPO HONORARIO POR LOS SCOUTER EN EL JAMBORÉE BOLIVARIANO 2.010 QUITO - ECUADOR
 Instantes en que el Primer Mandatario recibía el palmitón de mando - Inf. Pág. # 3

Corporación se unió al Consejo de Seguridad..
 Ing. Roberto Cuero, Gobernador del Guayas y Abg. Roberto Ricaute del Consejo de Seguridad Municipal
 Inf. Pág. # 3

COLOMBIANOS DENUNCIAN PROSECUCIÓN INFLACABLE Y DENECIAL POR PARTE DEL ALCALDE DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR BAJO PATROCINIO DE LA JEFA POLÍTICA DEL CANTÓN
 Abg. Julio César Quiñonez, Ocampo Intendente General de Policía del Guayas
 Inf. Pág. # 4

AGRESIONES VERBALES EN SESIÓN MUNICIPAL SIMONEÑA
 Inf. Pág. # 4

DELINCUENTES FUERTEMENTE ARMADOS ASALTAN BUS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE "MABISCAL SUCRE" EN PLENA LUZ DEL DÍA
 Inf. Pág. # 4

PREMIOS Y SORPRESAS ESTE FIN DE SEMANA EN EL SHOW ARTÍSTICO DE EL DESPERTAD INFORMATIVO SIMONENO

SEIS AÑOS DE IMPARCIALIDAD Y OBJETIVIDAD SE CELEBRARÁN EN EL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR EN MEDIO DE UN SHOW ARTÍSTICO Y ELECCIÓN DE REINAS.

Las Fieras

"Las Fieras" de la Ciudad de Guayaquil, deleitarán a todos los presentes con la sensualidad de su música en medio de besos, premios y aplausos, en el Gran Show Artístico de Aniversario de El Despertad Informativo, donde también actuarán, Las Divas del Ritmo, y el Rockolero Mayor José Daniel, entre otros artistas invitados

"EL DESPERTAD INFORMATIVO"
 (Fundado el 11 de Agosto del 2004)



NOTUNEMI

Informativo de la Universidad Estatal de Milagro

UNEMI

• VISIÓN
Ser un centro de Educación Superior que libere transformaciones para el desarrollo sostenible del país, con perspectiva global.

• MISIÓN
Ser una institución de Educación Superior abierta a las corrientes del pensamiento universal, que centre su interés en la formación holística del ser humano, mediante la investigación y la vinculación con la colectividad, para resolver eficientemente los problemas y requerimientos del país.

• Perfil del Master Agustín Arellano Quiroz
Docente que ha dedicado su tiempo al cultivo de la ciencia, la enseñanza y el campo espiritual. Su familia y amigos comparten la personalidad de Agustín Arellano, Secretario General de la Universidad.

• Delegación universitaria en Argentina
Una comitiva conformada por docentes, estudiantes y la dirección del Departamento de Investigación, asistieron a la ciudad de Buenos Aires a un encuentro de Proyectos de Investigación.

• Dos administrativos cumplen funciones en el personal de CC. de la Ciudad. Pág. 6

7 Proyectos de Vinculación con la Colectividad

▲ **Computadoras.** Uno de los proyectos que tiene alcance social con los sectores de educación primaria y secundaria, al igual que en centros de formación artesanal, consiste en el sistema de reciclaje de equipos de computación y comunicación, con la posterior donación de computadoras a estos sectores educativos los beneficiados incrementan cada día de manera significativa. **Pág. 8 y 9**

Egresan nuevos profesionales

El agrado de haber cumplido las metas trazadas por los nuevos profesionales, se observó en sus rostros, se junta con la emoción de sus familiares que los acompañan en uno de los días más importantes de su vida y la satisfacción de quienes acertadamente se encuentran dirigiendo la educación en la Universidad Estatal de Milagro.

Con estas promociones se espera que los egresados desarrollen con trabajo y producción, el esfuerzo de 4 o 5 años de educación superior, y apliquen sus conocimientos para el bienestar de la sociedad. **Pág. 11**

Sistema on-line para asistencia de docentes y alumnos

Desde el inicio de este nuevo periodo de clases, los catedráticos tomarán la respectiva asistencia de los estudiantes mediante el sistema on-line, con la finalidad de tener un óptimo registro.

La Universidad ha implementado tecnología en todos los procesos educativos y en este nuevo periodo de clases está ejecutando el registro de asistencia para los estudiantes universitarios a través de un software.

Los docentes de la UNEMI han recibido la capacitación adecuada para el manejo y uso del sistema, que consiste en tomar la asistencia al inicio y término de la clase de cada asignatura.

Los profesores tendrán una clave de acceso para ingresar al sistema y tomar la lista respectiva, esto servirá para que nadie pueda manipular la información, debido a que los docentes son los únicos responsables de la información.

El nuevo sistema que se pone en ejecución, será aplicado en cada aula de clase por los catedráticos, además tendrán un CPU y un proyector para tomar la asistencia. **Pág. 2**

NOTIUNEMI
(Fundado en el año 2004)

4to Poder
Periodismo Serio de Credibilidad

MAYORITARIA PRESENCIA EN FESTEJOS SEPTIEMBRE



Con júbilo y derroche de civismo se celebraron las fiestas de Milagro por los 94 años de cantonización, los estudiantes, instituciones y autoridades locales desfilaron por las principales calles de nuestra ciudad, donde hicieron alarde del cariño a la tierra que los vio nacer. Los estudiantes tuvieron destacada actuación en los festejos septembrinos en los diferentes programas que se desarrollaron durante la última semana, que tuvo su punto culminante con la parada militar realizada el pasado 17 de septiembre.

US \$ 0.25

FOTO DE LA SEMANA



El primer mandatario el pasado sábado inició muy temprano su jornada, realizando un poco de deporte en Bécirón, llegando donde fue recibido apasionadamente por los habitantes de Naranjo.

FRASE DE LA SEMANA
El medio más seguro para permanecer siendo pobre es el de ser un hombre honesto.
NAPOLÉON BONAPARTE

REUNIÓN CON ALCALDES DEL GUAYAS DEJÓ SALDO POSITIVO

Un saldo positivo dejó la reunión sostenida entre el Presidente Correa y los alcaldes del Guayas, quienes dieron a conocer sus diversas necesidades, con la finalidad de solucionar las mismas, ante esta situación el Jefe de Estado, comprometió su apoyo a los gobiernos seccionales, a fin de resolver sus problemas básicos en bien de cada comunidad.



SEMENARIO 4to. PODER
(Fundado el año 2007)

Hoy Gala de la Belleza en el club de Leones, 20:00 horas

11 CANDIDATAS SE DISPUTAN LA CORONA DE "REINA DE MILAGRO 2010"



Dentro de las actividades que las candidatas deben cumplir, consta el desfile de modas denominado "Gala de la Belleza", evento que se desarrollará en el Club de Leones de la ciudad, este sábado 7 de agosto, donde las candidatas estarán acompañadas de las reinas de las diversas instituciones, a más de diversas reinas institucionales de la localidad, al igual que de representantes de la belleza nacional.

Comisión de Festejos de la municipalidad se reunió con representantes de instituciones y de la prensa



La Comisión de Festejo conformada por los concejales máster Nancy Guevara, Rosa Neira, Michela Andrade, Ing. Carlos Arbeláez y presidida por el Ab. Fernando Farito, se reunió con representantes de instituciones y de los medios de comunicación de la ciudad, a fin de coordinar acciones en estas fiestas septembrinas.

Recomendaciones

Policiales....

Normas de Seguridad PAG. 6

Yaguachi se prepara para las fiestas de San Jacinto



Correa anuncia posible veto parcial a ley universitaria



El presidente de la República, Rafael Correa dejó entrever que vetará parcialmente la Ley de Educación Superior, aprobada ayer por la Asamblea Nacional. Sus declaraciones se dieron en el marco de una entrevista ofrecida a una estación radial de Esmeraldas.

SEMANARIO EL REGIONAL

(Fundado en el Año 2009)