



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN PERIODISMO

TEMA:

EL TRATAMIENTO SENSACIONALISTA DE LOS TITULARES EN MEDIOS IMPRESOS Y SU AUGE EN LA LÍNEA EDITORIAL DE CRÓNICA ROJA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PERIODO 2017 CASO: DIARIO EXTRA.

Tutor:

LIC. JOSÉ OMAR VILLAVICENCIO SANTILLAN MSc.

Autor:

IVANNA ANDREA DI LUCA MONROY

Guayaquil, 2017

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la carrera de Periodismo

CERTIFICO

Que el diseño del Proyecto de Investigación con el Tema: **“EL TRATAMIENTO SENSACIONALISTA DE LOS TITULARES EN MEDIOS IMPRESOS Y SU AUGE EN LA LÍNEA EDITORIAL DE CRÓNICA ROJA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PERIODO 2017 CASO: DIARIO EXTRA”** ha sido elaborado por la Srta. Ivanna Andrea Di Luca Monroy bajo mi tutoría, y que el mismo, reúne los requisitos para ser defendido ante el tribunal examinador, que se designe al efecto.

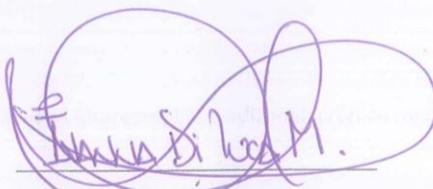

Lic. José Omar Villavicencio Santillán MSc.

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Ivanna Andrea Di Luca Monroy, con cédula de ciudadanía N°0922534680, declaro bajo juramento que la autoría del presente proyecto me corresponde en su totalidad, y me responsabilizo de los criterios y opiniones vertidos en el mismo, como producto de la investigación que he realizado. Que soy la única autora del trabajo de investigación: **“EL TRATAMIENTO SENSACIONALISTA DE LOS TITULARES EN MEDIOS IMPRESOS Y SU AUGE EN LA LÍNEA EDITORIAL DE CRÓNICA ROJA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PERIODO 2017 CASO: DIARIO EXTRA”** y que en su formulación se han respetado las normas legales y reglamentos pertinentes, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN PERIODISMO** de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.



Ivanna Andrea Di Luca Monroy

AUTORA

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO: "El Tratamiento Sensacionalista De Los Titulares En Medios Impresos Y Su Auge En La Línea Editorial De Crónica Roja En La Ciudad De Guayaquil Periodo 2017 Caso: Diario Extra"

AUTOR/ES: PONER SU NOMBRE
Ivanna Andrea Di Luca Monroy

REVISORES:
Lic. José Omar Villavicencio Santillán

INSTITUCIÓN:
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL

FACULTAD:
CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: Periodismo

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS:

ÁREAS TEMÁTICAS: Social, Periodismo, Comunicación.

PALABRAS CLAVE:

Tratamiento de titulares, medios impresos, línea editorial, crónica roja.

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación abarca la línea editorial de crónica roja que presenta Diario Extra y su caracterización en sus titulares a través de un tratamiento sensacionalista periodístico, influenciado en las líneas editoriales de otros medios impresos. El objetivo general de la investigación, es analizar el tratamiento sensacionalista de los titulares del diario Extra y su influencia en el auge de la línea editorial de crónica roja en la ciudad de Guayaquil. El enfoque de la investigación es de carácter Mixto (Cuantitativo – Cualitativo), Se aplicó la técnica de la encuesta a 253 lectores del Diario Extra seleccionados de la parroquia Carbo Concepción, a través de un muestro aleatorio simple con filtros de edad entre los 18 a 60 años, en dicha encuesta se obtuvieron consultas del porque prefieren este tipo de diario, cual es la parte que más le llama la atención y como considera que es su

contenido informativo. La investigación está apoyada en fuentes de primera mano, artículos científicos, trabajos de investigación y en fuentes web de Google académico , la entrevista se realizó al editor general de Diario extra, para conocer la perspectiva y resultados que manifiesta el medio ante su estilo periodístico y cuáles son las características que presenta el mismo para ejercer influencia en la línea editorial de los demás medios impresos; como resultado se busca una caracterización y clasificación de contenidos y elementos periodísticos que validen la postura de influencia y auge en su línea editorial sensacionalista como modelo a seguir, a través de las conclusiones, recomendaciones y debate de resultados obtenidos.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: Ivanna Andrea Di Luca Monroy	Teléfono: 0979279393	E-mail: Jvillavicencios@ulvr.edu.ec ivadiluca@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MG. Luis Enrique Cortez Alvarado MG. Federico Varas Chiquito	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 Decano Director De Periodismo 251	
	E-mail: lcorteza@ulvr.edu.ec fvarasc@ulvr.edu.ec	

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

De conformidad con lo establecido en el Capítulo I de la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, su reglamento y normativa institucional vigente, dejo expresada mi aprobación de ceder los derechos de reproducción y circulación de esta obra, a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Dicha reproducción y circulación se podrá realizar, una o varias veces, en cualquier soporte, siempre y cuando sea con fines sociales, educativos y científicos.

La autora garantiza la originalidad de sus aportaciones al proyecto, así como el hecho de que goza de la libre disponibilidad de los derechos que cede.



Ivanna Andrea Di Luca Monroy

AUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Sagrado Corazón de Jesús, a mi Jesús de la Divina Misericordia y a toda mi familia por alcanzar una nueva meta.

DEDICATORIA

Dedico ésta Tesis a mis hijos, a mis padres a toda mi familia, en especial a ti mi eterno Robert que desde el cielo estas contento por este logro más obtenido en mi vida. Gracias totales.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
INDICE DE TABLAS	XII
INDICE DE GRAFICOS	XIII
RESUMEN	XIV
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	4
CAPITULO I	6
1. PROBLEMA	6
1.1. Formulación del problema	9
1.2. Sistematización del problema.....	9
1.3. Objetivos	10
1.3.1. Objetivo General.....	10
1.3.2. Objetivos Específicos.....	10
1.4. Justificación.....	10
1.5. Delimitación Objeto de Investigación.....	11
1.6. Hipótesis.....	11

CAPITULO II.....	12
2. Marco Teórico Referencial.....	12
2.1. Fundamentación Teórica.....	27
2.2. Fundamentación Legal.....	30
CAPITULO III.....	36
METODOLOGÍA.....	36
ANÁLISIS DE RESULTADOS	43
Filtro: Rango de edad y sexo de los lectores encuestados.....	44
Pregunta 1: ¿Es usted lector del diario Extra?.....	45
Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia lee el Diario Extra?.....	46
Pregunta 3: ¿Qué elementos o secciones del diario cautivan más su atención?.....	47
Pregunta 4: ¿Qué reacción causa en usted las publicaciones que se presentan en la portada del diario?.....	48
Pregunta 5: ¿Qué opinión tiene acerca de los titulares implementados por diario Extra?	49
Pregunta 6: ¿Considera que diario Extra ha incidido en la publicación o tendencia de la línea editorial de crónica roja de otros medios impresos en la ciudad Guayaquil?.....	50
Pregunta 7: ¿Qué información cree usted que brindan las notas o secciones de crónica roja en los ciudadanos?.....	51
Pregunta 8: ¿Qué término o denominación utilizaría para describir al medio impreso Extra?.....	52
INFORME TÉCNICO FINAL	57

CONCLUSIONES	57
Recomendaciones	58
Bibliografía	59
ANEXOS	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Lectores segun edad y sexo	44
Tabla 2: Lector	45
Tabla 3: Frecuencia de lectura	46
Tabla 4: Elementos o secciones que cautivan.....	47
Tabla 5: Reaccion de las publicaciones	48
Tabla 6: Opinion acerca de titulares	49
Tabla 7: Publicacion o tendencia de la linea editorial	50
Tabla 8: Informacion que brinda las notas de cronica roja	51
Tabla 9: Denominacion para describir a Diario Extra	52

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Lectores de Diario Extra según su edad y sexo	44
Grafico 2: ¿Es usted lector del diario Extra?	45
Grafico 3: ¿Con qué frecuencia lee el Diario Extra?	46
Grafico 4: ¿Qué elementos o secciones del diario cautivan más su atención?	47
Grafico 5: ¿Qué reacción causa en usted las publicaciones que se presentan en la portada del diario?	48
Grafico 6: ¿Qué opina acerca de los titulares implementados por diario Extra?.....	49
Grafico 7: ¿Considera que diario Extra ha incidido en la publicación o tendencia de la línea editorial de crónica roja de otros medios impresos en la ciudad Guayaquil?.....	50
Grafico 8: ¿Qué información cree usted que brindan las notas o secciones de crónica roja en los ciudadanos?	51
Grafico 9: ¿Qué término o denominación utilizaría para describir al medio impreso Extra?	52

RESUMEN

El presente trabajo de investigación abarca la línea editorial de crónica roja que presenta Diario Extra y su caracterización en sus titulares a través de un tratamiento sensacionalista periodístico, influenciado en las líneas editoriales de otros medios impresos. El objetivo general de la investigación, es analizar el tratamiento sensacionalista de los titulares del diario Extra y su influencia en el auge de la línea editorial de crónica roja en la ciudad de Guayaquil. El enfoque de la investigación es de carácter Mixto (Cuantitativo – Cualitativo), Se aplicó la técnica de la encuesta a 253 lectores del Diario Extra seleccionados de la parroquia Carbo Concepción, a través de un muestro aleatorio simple con filtros de edad entre los 18 a 60 años, en dicha encuesta se obtuvieron consultas del porque prefieren este tipo de diario, cual es la parte que más le llama la atención y como considera que es su contenido informativo. La investigación está apoyada en fuentes de primera mano, artículos científicos, trabajos de investigación y en fuentes web de Google académico, la entrevista se realizó al editor general de Diario extra, para conocer la perspectiva y resultados que manifiesta el medio ante su estilo periodístico y cuáles son las características que presenta el mismo para ejercer influencia en la línea editorial de los demás medios impresos; como resultado se busca una caracterización y clasificación de contenidos y elementos periodísticos que validen la postura de influencia y auge en su línea editorial sensacionalista como modelo a seguir, a través de las conclusiones, recomendaciones y debate de resultados obtenidos.

Palabras claves: Tratamiento de titulares, Medios impresos, Línea editorial, Crónica roja.

SUMMARY

The present research work includes the editorial line of red chronicle that presents Extra Journal and its characterization in its headlines through a sensationalist journalistic treatment, influenced in the editorial lines of other printed media. The general objective of the investigation is to analyze the sensationalist treatment of the headlines of the newspaper Extra and its influence in the boom of the editorial line of red chronicle in the city of Guayaquil. The focus of the research is a Mixed (Quantitative - Qualitative), The survey technique was applied to 253 readers of the Extra Journal selected from the Carbo Concepción parish, through a simple random sample with age filters between 18 a 60 years, in this survey were consulted because they prefer this type of newspaper, which is the part that most appeals to you and as you consider that it is informative content. The research is supported by first-hand sources, scientific articles, research papers and in Google's academic web sources, the interview was conducted to the general editor of Extra Journal, to know the perspective and results that the medium manifests in its journalistic style and what are the characteristics of the same to influence the editorial line of other print media; as a result, we seek a characterization and classification of content and journalistic elements that validate the position of influence and boom in its tabloid editorial line as a model to follow, through the conclusions, recommendations and discussion of results obtained.

Keywords: Treatment of headlines, Print media, Editorial line, Red Chronicle.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada, “El tratamiento sensacionalista de los titulares en medios impresos y su auge en la línea editorial de crónica roja en la Ciudad de Guayaquil caso: Diario Extra”, se realiza debido al crecimiento que ha manifestado el medio impreso, a través de su tratamiento periodístico sensacionalista en sus titulares y líneas de redacción de otros medios impresos de la ciudad de Guayaquil, que emulan su estilo para captar otro *target* de lectores para sus diarios.

EL distintivo más notable de la línea editorial de Diario Extra es la crónica roja y sensacionalismo, que abarca los hechos violentos del diario vivir de los ciudadanos, seguido por imágenes de poca censura pero de carácter revelador, que incitan a los lectores al consumo y adquisición de los diferentes ejemplares que presenta el medio los 365 días del año.

El sensacionalismo ha estado presente en diferentes sociedad desde hace varios años, lo que lleva a investigar, el motivo por el cual este tipo de redacción se mantiene a flote y con un gran auge de trayectoria, atrayendo a más lectores y ciudadanos que ven en este tipo de publicaciones una información sin filtros o modificaciones que alteren la realidad, este tema abre una serie de interrogantes como ¿Por qué la crónica roja es la sección más leída?, ¿Por qué la línea editorial del diario, gira en torno a noticias de violencia , morbo y muerte?, ¿Cuál es la causa que Diario Extra sea uno de los medios más consumidos del país?, ¿Por qué su estilo periodístico es influyente para otros diarios en cuestión de su línea editorial de crónica roja ?.

El análisis de la problemática recae en el impacto que tiene este tipo de periodismo, ya que involucran muy cercanamente a los lectores siendo muchas veces afectados por la redacción de la misma, llegando a ser exagerada pero confiable, ya que su estilo no es amarillista sino sensacionalista, un estilo periodístico criticado durante años en diferentes países y sociedades, debido a su jerga “popular” y a su poca censura en las noticias, que pueden llegar a irrespetar los derechos de privacidad de los diversos involucrados.

La investigación se realizó por el crecimiento de la corriente sensacionalista en diversos medios impresos, debido al gran apogeo que tiene este tipo de periodismo en su consumo de notas, por parte de los lectores guayaquileños. La autora de la presente investigación delimita el campo de estudio en una de las parroquias más concurridas de la ciudad de Guayaquil, Carbo Concepción, la cual abarca una afluencia cotidiana de lectores de diversos medios impresos por sus características geográficas, sociales y laborales.

La estructura del presente trabajo se encuentra planteada de la siguiente forma:

En el capítulo I.- se planteó una serie de interrogantes sobre el amarillismo, sensacionalismo y la crónica roja, y el por qué este género periodístico es tan llamativo para las masas, donde sus noticias relatan actos de violencia, muerte e historias trágicas, así como su auge tan elevado con el pasar de los años siendo cotidianamente un blanco de críticas negativas. Para contestar estas interrogantes se hizo un análisis en el cual se establecen diversos parámetros que dan apertura a los objetivos tanto general como específicos, donde se permite un enfoque concreto para el desarrollo investigativo y se establece el lugar de estudio.

En el capítulo II.- se desarrollan los diversos términos y concepciones teóricas relacionados con la investigación, analizando paradigmas previos de autores enfocados en el

tema. También se establecen normativas legales que deben cumplirse en el área de periodismo, así como la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), que regula los diferentes parámetros de la *Conditio sine Quanon* (Condición sin la cual no es posible) del quehacer periodístico

En el capítulo III.- se realizaron encuestas para un estudio más específico y actual de la investigación, en donde se analizó las preferencias y opiniones de los ciudadanos lectores de la ciudad de Guayaquil, específicamente en la parroquia Carbo Concepción y se realizó una estadística con los resultados. De la misma forma se aplicó la entrevista al editor general del Diario Extra para conocer las características y normativas que define el medio para la captación de lectores y su réplica en otros diario.

Como último punto tenemos la bibliografía que ha sido desarrollada según la necesidad del tema y anexos que complementan el contexto investigativo

ANTECEDENTES

En la última década, la evolución del sensacionalismo ha dado un notable crecimiento en los medios de comunicación, varios programas, páginas o diarios utilizan este estilo en su redacción o habla popular, también conocida como sensacionalismo. Pozo (2012), a través de su tesis “Representaciones sociales de la crónica”, nos habla sobre el “Diario Extra”, mayor medio sensacionalista ecuatoriano quienes usan la crónica roja para recalcar sucesos muchas veces de poca relevancia, sobresaltando la violencia, sexo, muerte, violaciones y más. El escritor de esta investigación, hace hincapié de que este medio apela al sensacionalismo para obtener garantía en el volumen de sus ventas, hace mención de que el objetivo del diario es presentar contenido violento que lo complementan con imágenes que dejan poco a la imaginación de los lectores, titulares llamativos y con una escritura tangible para los mismos, que hace que este lo vea atractivo y consuma su información, además en la actualidad los medios que adquieren la crónica roja como su característica principal, presentan el lado profundo de la sociedad, esos casos dramáticos que ocurren en la ciudad y pocos cuentan.

Zavala (2013) plantea en su trabajo “Televisión sensacionalista, constructora de nuevas sensibilidades o insensibilidades: Hacia un estudio del consumo”, la referencia a lo que se apoyan los medios sensacionalistas para acercarse a sus consumidores, nos recalca que existen una serie de variantes como los ingresos económicos, la edad, localización y demás factores que toman en cuenta en la toma de decisiones para poder llegar a la audiencia y dar a entender el mensaje. Además, nos dice que al momento de conseguir población consumidora no basta con tener en cuenta solo la ubicación, deben acertar en provocar emociones en la realidad que se publica, que se sientan identificados en su día a día y el mensaje sea claro de entender.

La redacción de una noticia, comienza por la estructura de los titulares, que son quienes engancharan al lector, es por esto que el autor Gonzalez (2015), en su investigación “Análisis de los títulos de Diario Extra”, destaca que para redactar, se parte de un lenguaje tangible, simple para la jerga del público al que va dedicado, el periodista es quien debe encaminar la investigación para llegar a un acuerdo de un tema y este dará la idea del titular que será publicado. Un titular es la clave del éxito de una noticia, tiene que tener las palabras exactas para describir el resto de la redacción, pero sin dejar al descubierto todo el hecho, este debe ser interesante, tiene que causar curiosidad en el lector. Podemos decir que las cabeceras son una de las características primordiales para el arduo crecimiento de un medio impreso.

Se toma como referencia la fundamentación de los trabajos ya citados como base del estudio actual, que busca complementar cada una de las características mencionadas, aplicándolas a las variables del presente trabajo de titulación de la autora, que define el tratamiento sensacionalista de los titulares con el auge de la línea editorial por parte de los medios impresos en la ciudad de Guayaquil, y las características que se expresan en ellos para mantener un auge en ese estilo ya definido y consumido por un alto índice de la población ecuatoriana.

CAPITULO I

1. PROBLEMA

Guayaquil, tiene la mayor cantidad de medios impresos en comparación con otras ciudades. Los periódicos más reconocidos están El Universo, Expreso, El Telégrafo, Extra, Super entre otros. Existe una clasificación básica por su línea editorial entre los cuales están:

- **Diarios Serios.-** se caracterizan por su narración prudente en política, economía, deportes, sociedad
- **Diarios Populares.-** que al igual que la anterior caracterización tienen su variación de noticias apelando al sensacionalismo caracterizados por brindar información fogosa, escándalos de farándula y crónica roja

Es necesario destacar que los diarios serios se catalogan por la distinción en su línea editorial y su público de interés, ya que poseen una adecuada manera de manejar la información pero ¿qué distingue a los diarios populares?; con el pasar del tiempo, estos medios impresos considerados también polémicos han trascendido en la sociedad debido a su redacción sensacionalista o también conocida como amarillista, aunque sus concepciones son totalmente opuestas, una gran cantidad de la población las asocia en su vocablo cotidiano como sinónimos.

La corriente sensacionalista fue creada para producir sensaciones, emociones y curiosidad en el público. Existen medios de comunicación que buscan llamar la atención del público, informando de manera exagerada los hechos, este tipo de redacción pomposa, tiene una escritura simple, comprensible para cualquier lector; tiene una gama de colores que

resalta sus titulares haciéndolos llamativos; también escogen imágenes que causen morbo en las personas, que produzcan curiosidad por querer saber más de la noticia.

El sensacionalismo es una corriente periodista enfocada en la crónica roja, el diario vivir de las personas resaltando historias que contengan violencia, discriminación, muerte y más noticias escandalosas que hace que sea un periodismo ostentoso criticado por muchos pero de preferencia para otros. Al igual que el sensacionalismo, el amarillismo se encarga de informar de manera pomposa la información con la diferencia que esta inventa o agrega información irreal, este periodismo es la evolución del sensacionalismo para conseguir mayor rating de lectura en la población.

Se puede referenciar que la crónica roja es el punto esencial en que se basan los diarios sensacionalistas y amarillistas, esta sección presenta las escenas sangrientas, de violencia, muertes, discriminación y más lados negativos de la sociedad, es el punto en donde el periódico tiene más afinidad con sus lectores debido a que relata el diario vivir de muchos, en especial el lado bajo de la ciudad, en donde viven los que no gozan de tanta seguridad.

La línea editorial de un diario es un conjunto de principios, valores y criterios que son fundamentales para difundir las noticias, esta hace posible la redacción del mismo, incluye la libertad de expresión que tiene el periodista hacia sus opiniones pero manteniendo la responsabilidad de sus historias compartidas con sus lectores, esto lleva a que los editores se hagan diversas preguntas como ¿Qué noticia ira primero?, ¿Qué vamos a publicar?, todo esto resalta las cualidades de un diario, esto representa la autenticidad de sus noticias, la concordancia de las mismas y que es lo que se quiere transmitir a la audiencia

Un periódico o un diario es un escrito que colecta diversos tipos de información que abarcan deportes, política, opinión personal, crónica roja y demás hechos presentes en la actualidad, este documento presenta noticias que suceden a diario, su formato va en orden cronológico y por importancia, es un medio de circulación masiva, su línea editorial es basada en su público objetivo, depende de cada diario el formato que quiere llevar.

Se debe tener en cuenta que para hacer uso de este tipo de noticia, hay que ser cuidadosos, ya que en la actualidad la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), es la encargada de sancionar al medio o periodistas responsable de algún informe que pueda ir en contra de los derechos de los ciudadanos.

La presente investigación se enfoca en realizar un estudio del incremento de popularidad que han tenido este tipo de diarios y su línea editorial de gran crecimiento social, tomando como referencia el caso específico del “Diario Extra”, medio que ha impuesto un estilo sensacionalista en su línea editorial, dando apertura a varias incógnitas que han surgido en el auge de su trayectoria como: ¿Cuál es su método de enganche para atraer a grandes masas?; ¿Solo lo lee el sector popular o clase baja?; ¿Qué es el sensacionalismo?; ¿Cómo impacta el tratamiento de los titulares de este medio en los lectores?; ¿A qué se debe su arduo crecimiento?. Siendo estas las principales incógnitas que surgen del presente estudio y las que serán respondidas en el proceso y contexto investigativo del presente trabajo, guiado en el enfoque de redacción, la selección de imágenes, gama de colores y demás factores que mantiene este diario, que provoca impacto en la sociedad ecuatoriana, tomando como referencia la opinión del público, quienes juegan un papel importante ya que son ellos quienes dan auge y continuidad a sus publicaciones y ediciones hasta la actualidad.

1.1. Formulación del problema

Dentro de la sociedad existe una gran importancia a la hora de seleccionar una fuente informativa de noticias y sucesos, al escogerlo se considera las opiniones que se han brindado acerca del mismo, el tipo de titulares, redacción e imágenes que se ofrecen, y en que se basan los mismos para llamar la atención de los lectores. Diario Extra a pesar de tener varias críticas negativas y sanciones por la LOC, es uno de los más grandes medios impresos en el país en lo que respecta a una audiencia masiva de lectores, e influencia en la línea editorial para otros medios del formato o estilo periodístico que practica, lo que brinda la apertura para realizar la siguiente interrogante:

¿Cuál es el tratamiento sensacionalista de los titulares que implementa el diario Extra y cómo influye su auge en la línea editorial de la crónica roja en la ciudad de Guayaquil?

1.2. Sistematización del problema

- ¿Qué efecto tienen los titulares de los diarios sensacionalistas en los ciudadanos?
- ¿Cómo involucra el diario Extra a la población en la estructuración de su línea editorial?
- ¿En qué se basan los medios impresos para realizar la composición de su contenido?
- ¿Cuáles son los factores que influyen en el crecimiento y consumo masivo de los medios impresos direccionados a la línea sensacionalista y el impacto que tienen los titulares de crónica roja en la ciudad de Guayaquil?

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar el tratamiento sensacionalista de los titulares del diario Extra y su influencia en el auge de la línea editorial de crónica roja en la ciudad de Guayaquil.

1.3.2. Objetivos Específicos

- ✓ Definir las bases teóricas y metodológicas que sustenten el accionar del presente proyecto de investigación.
- ✓ Identificar las características que tiene la línea editorial del diario Extra.
- ✓ Analizar el tratamiento de los titulares de crónica roja que llaman la atención de los lectores ante su consumo masivo.
- ✓ Exponer los factores que inducen al crecimiento del sensacionalismo en la sección de crónica roja de los medios impresos y cómo influye su línea editorial en la sociedad.

1.4.Justificación

El presente estudio analiza el método periodístico que utiliza el Diario Extra para conseguir masificación de público, a pesar de ser uno de los diarios más criticados a nivel nacional; se enfocan las diferencias y semejanzas que existen dentro del periodismo amarillista y sensacionalista, y de cómo sus titulares captan la atención del lector ecuatoriano. Así como el análisis de las normativas y estatutos dictados por la ley Orgánica de Comunicación (LOC), el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información (CORDICOM) y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), quienes regulan la difusión de las notas informativas y su tratamiento mediático para una masificación en su consumo por parte de los lectores, lo que permite justificar el proceso de

la *Agenda Setting* que se maneja desde la palestra social-comunitaria, que capta adeptos y recrea un estilo periodístico que actualmente gira en torno de toda Latinoamérica, a través de notas exacerbadas que ganan campo en la prensa sensacionalista y los sectores populares de las sociedades.

1.5.Delimitación Objeto de Investigación

- ✓ **Área:** Comunicación
- ✓ **Campo:** Periodismo sensacionalista
- ✓ **Lugar de Investigación:** Av. Malecón entre 9 de octubre y Junín
- ✓ **Parroquia:** Carbo Concepción
- ✓ **Temporalidad:** 2017-2018

1.6.Hipótesis

El tratamiento sensacionalista de los titulares por parte de Diario Extra influye en el auge de los contenidos de crónica roja de los diferentes medios impresos de la ciudad de Guayaquil y en su línea editorial.

Variable Independiente:

Tratamiento sensacionalista de los titulares

Variable Dependiente:

Línea editorial de crónica roja

CAPITULO II

2. Marco Teórico Referencial

El presente capítulo define las concepciones principales que sustentan el proyecto de investigación, que parte desde las nociones básicas del periodismo y periodista, para luego definir una línea de tiempo histórica en el desarrollo de los géneros amarillista y sensacionalista en los medios impresos, desde su origen e incidencia en Latinoamérica, como caso específico en Ecuador a través de su medio impreso “Diario Extra”, el cual tendrá una descripción de su historia, contenido y auge de su línea editorial a través del tratamiento sensacionalista de sus titulares para una mejor comprensión y descripción de los parámetros de análisis.

El periodismo y el periodista

El periodismo es una de las profesiones más importantes a nivel mundial, sin ella los pobladores y naciones no podrían estar informados de los diversos acontecimientos y sucesos del contexto global.

Según Barco (2010):

El periodismo es un oficio o profesión que tiene como fin buscar la noticia e información relevante, que sea de interés público. Deber de informar (justicia en comunicar a todos), y derecho a estar informado (saber la verdad de los hechos) (p.10).

Hacer periodismo es un elemento relevante para la sociedad, es el medio por el cual se informa de los hechos o acontecimientos del día a día, es claro que para hacer periodismo se necesitan personas preparadas, con ética y normativas para dirigirse al público, ya que ellos influyen en la manera de pensar de la masa colectiva.

La creciente responsabilidad social existente que implica el ejercicio del periodismo y las demandas informativas de los lectores la han convertido en una fuente necesaria, sin embargo una preparación cultural y moral de los profesionales cada día, es el centro de equilibrio sólido que la precede (Cebrian, 1981). Para llevar una correcta ejecución de esta profesión, deben existir personas con un perfil de preparación específico, por tanto son los periodistas quienes tienen un deber y una labor de informar en la palestra informativa y mediática.

Para Etxeberria (1995):

La imagen social del periodista, vista desde el prisma ético, es fuertemente ambivalente: por un lado es el héroe que llega hasta sacrificar su vida en una especie de martirio laico al servicio de la verdad y la justicia, es igualmente el aliado de los ciudadanos frente a los poderes políticos-económicos corruptos, capaz incluso de derrocarlos con su solo compromiso de la verdad (p.56).

Un periodista tiene el poder de cambiar ideas, reproducir información, y dependiendo de su credibilidad puede crear disputas sociales, teniendo un deber esencial hacia la comunidad, es el principal informante de lo que sucede día a día, es debido a esto que ellos deben cumplir cierto tipo de normas y códigos deontológicos que rigen la no tergiversación de la información que se emite hacia el lector. Esta situación ha primado durante todo el contexto histórico, del cual se han desprendido los diversos géneros periodísticos quienes con el pasar de los años han tomado los principales estamentos informativos, que van desde lo informativo, noticioso, sensacionalista y amarillista; siendo estos dos últimos el argumento de análisis del presente trabajo investigativo, siendo su fundamentación un análisis bajo una

línea de tiempo en su desarrollo histórico y social, hasta ubicarlo en el contexto de Latinoamérica y en Ecuador a través del objeto de estudio el cual es el “Diario Extra”.

Contexto Histórico del sensacionalismo

Para analizar una de las corrientes periodísticas más emblemáticas, se debe remontarlo a sus orígenes y entender que le dio comienzo a este tipo de redacción tan vehemente y popular en el siglo XXI. El estilo sensacionalista nace en el siglo XIX, por parte del tipógrafo Benjamín Day, quien para obtener lectores de su periódico “New York Sun”, comenzó a adentrarse en los hechos reales como dramas sociales, notas novedosas y demás noticias de interés social. Para el año de 1933 el diario New York Sun, poseía todas las características antes mencionadas, era dirigido a sectores populares, quienes no podían pagar los elevados precios de otros medios impresos y que se convirtieron en sus grupos lectores definidos.

La gran acogida y auge de este diario, dio hincapié para la aparición de medios inclinados a ese tipo de línea editorial, quienes vieron una gran oportunidad, no solo empresarial, sino económica en esta línea de consumo informativo, entre sus competidores estuvo Gordon Bennet quien llegó a plantear una nueva propuesta informativa a través de su diario “New York”, la línea editorial que presentó este nuevo medio no solo se enfocaba en las notas cronistas o sensacionalistas, donde imperaba el sexo e impertinencias, también dio paso a la política y otros temas que generarían el consumo de notas masivas por parte de la audiencia.

Bennet, fue considerado el creador del periodismo moderno en 1938, reconocido por publicar transgresiones y tretas que deleitaba al público con sucesos escandalosos. Sin embargo es Joseph Pulitzer y W. Randolph Hearst quienes llevaron a su máxima expresión a este tipo de periodismo, Pulitzer a través del diario “New York World” en 1883 perfeccionó y mejoró el estilo sensacionalista dentro del ejercicio periodístico. La redacción del medio se centró más en las notas de asaltos, suicidios y crónica roja, las cuales aparecían con títulos vistosos y llamativos para captar a su público objetivo. W. Randolph Hearst, trabajó como reportero en el New York World, después de un tiempo adquirió el “New York Journal”, el cual implementó el estilo y tratamiento noticioso de su competidor siendo considerado después de algunos años como el representante y creador del sensacionalismo y principal competencia de Pulitzer.

Para De Fleur (1976, p.85) era tal el contexto competitivo, que los propietarios de los periódicos rivales más importantes se entregaron a una lucha despiadada por la conquista de nuevos lectores, recurrieron a cualquier medio para lograr el aumento de sus cifras de circulación. De éstas dependían, como es lógico, los ingresos por publicidad y los beneficios. Ambos ensayaron diversos recursos, ardides estilos, experimentos y formas de presentación para conseguir que sus periódicos resultaran más atractivos para sus lectores.

La prensa amarilla convirtió las noticias en un drama barato, falsificando los hechos y situaciones, todo esto para elevar las ventas de su diario, incitando a los lectores a consumir noticias de sexo y violencia. El concepto de periodismo amarillista nace con “The Yellow Kid” o el chico amarillo, también conocido como “Mickey Dugan”, personaje principal de “Hogan’s Alley”, considerada la primera tira cómica impresa a color de Estados Unidos, con circulación masiva. El Chico Amarillo era un niño con los dientes desaliñados y una tonta sonrisa, que, vestido con una camisa de dormir amarilla compartía un callejón con otros

personajes igualmente desarreglados. Usualmente, impresas en su camisa, aparecían frases escritas en una jerga neoyorkina. El Yellow Kid fue el ícono al que hicieron referencia algunos críticos de la prensa para condenar las temáticas sensacionales, los colores y la diagramación que utilizaba Pulitzer en su diario, como lo hará William Randolph Hearst al adquirir el New York Journal (Bermeosolo, 1969, p. 122).

Durante un corto tiempo esta tira cómica fue publicada por ambos diarios quienes tenían el objetivo de crecer más que el otro, el autor de la tira cómica debe el nombre a este personaje debido a que las primeras impresiones de este medio fue de color amarillo dándole su connotación característica e histórica, ambas versiones dejaron de publicarla hasta el año de 1898.

A pesar del millón de ventas que tuvieron estos periódicos al principio, fue la sociedad quien comenzó a dejar de consumir estos contenidos, por el tratamiento o tergiversación de información y notas falsas, dejando a un lado sus años de gloria y auge. Ante esta situación, W. Randolph Hearst fue juzgado por comenzar una guerra en la isla de Cuba, esto debido a la tergiversación de información que imperaba en su medio y el tratamiento de sus titulares que convencían al público de hechos no contrastados, esta guerra periodística acuñó el nombre de “Guerra de Hearst”, el cual dejó un legado que se difundió a los diferentes continentes teniendo una gran acogida en Latinoamérica.

Origen del sensacionalismo en América Latina

Luego de tener origen al periodismo sensacionalista en Estados Unidos e Inglaterra, este tipo de redacción tuvo acogida en América Latina; para 1950 este tipo de prensa

aparece en Perú, caracterizada por atacar al sexo femenino, ancianos e incapacitados, este periodismo sensacionalista se lo denominó como “Prensa Chicha”, la cual tuvo origen en este país con el diario “Última Hora”, el cual logró ventas elevadas por dicha línea editorial publicada. El sensacionalismo tuvo su mayor apogeo en el gobierno del ex presidente Alberto Fujimori quien manipulaba los medios de comunicación para ocultar actos de corrupción de su gobierno y funcionarios.

En Colombia se presentó un auge considerable en la línea editorial sensacionalista, uno de los diarios más importante dentro de este contexto fue “El Espacio”, iniciado en 1965 junto con otros diarios “serios”, el cual con el pasar del tiempo se ha convertido hoy en día en uno de los medios impresos más consumidos del país, ha mantenido su formato tabloide y de características sencillas. Otro diario destacado es “El caleño”, que en la actualidad es uno de los más comprados en Cali, por su particular información el diario forma parte del PAL (Periódicos Asociados Latinoamericanos), al que pertenecen otras importantes casas editoriales de Latinoamérica.

A mediados de los años 80 este tipo de periodismo comenzó en Chile, este tipo de redacción se dio gracias al medio impreso “El clarín”, el cual mantenía el habla popular, donde se relataban hechos a manera de periodismo poético, hechos reales del diario vivir lo cual hoy en día pueden ser definidos como crónica roja; este medio dejaba fuera la política con el fin de no causar polémicas entre el público, destacando sus portadas haciéndolas coloridas y con letras de gran tamaño, las noticias eran breves debido que iba dirigido a un sector con poca costumbre de lectura, ciertos medios en Chile han tenido que adoptar este tipo de periodismo debido a la baja de ventas en los últimos años por el auge de este formato y estilo periodístico.

En Bolivia este tipo de prensa también apareció en los años 80, los diarios se caracterizaban por noticias escandalosas y por la poca protección que le daban a las fotografías en sus presentaciones, con el pasar de los años revistas como “Alarma”, y programas televisivos como “El Metropolitano”, fueron adaptando este estilo de periodismo escandaloso que retrataban noticias y fotografías despiadadas y con alto grado de violencia. Otro de los diarios más emblemáticos fue el “Meridiano”, quien dio un estilo breve del sensacionalismo en sus titulares, tomando colores llamativos, haciéndolos destacables ante la percepción del público. En la actualidad uno de los principales diarios sensacionalistas en Bolivia es “La Quinta” el cual es considerado como fuente principal de ventas del Diario “Última Hora” en el país y demás regiones.

En Ecuador, el sensacionalismo tiene origen a partir de la aparición del “Diario Extra” fundado en 1974 por Galo Martínez Merchán, este medio se caracterizó por su información amarillista y sensacionalista desde sus inicios. El tipo de redacción surge como impugnación de la situación de hechos sociales que eran poco mencionadas en el acontecer nacional de esa época.

Para Vallejo (2006):

Existen dos clases de sensacionalismo periodístico. El que se basa en la imaginación del periodista y presenta los hechos desfigurados maliciosa o intencionalmente, y el que los presenta con la desnudez y el realismo que ellos pueden tener. Sucesos Sensacionales pertenece al grupo de los periódicos que dan las noticias basadas en la realidad, informan al público sin reservas, sin explotar el lado sensacional... que aparezcan ellas con carácter muy sensacional no es culpa nuestra sino de los hechos mismos que se presentan en esa forma (p.122).

Diario Extra

Diario Extra es el representante del sensacionalismo en Ecuador por más de 40 años, con una circulación de temática pomposa y escandalosa que tiene gran impacto en la sociedad ecuatoriana. Otros diarios medios impresos han querido seguir y emular la línea editorial del misma tal es el caso de “La segunda”, “La Roja” y “Super”, quienes manejan un formato semejante, pero con poco éxito a alcance masivo de lectores a diferencia del “Extra”.

La primera edición del Diario Extra, tuvo 34 páginas, con una circulación de 15.000 ejemplares y con un costo 1,20 sucres en la ciudad de Guayaquil, en su logo destacaba una frase que decía: “Desde hoy en sus manos para informar primero y mejor al servicio de Guayaquil y la Patria”. Al principio el medio era un diario de semblanza “seria”, la parte de crónica roja era ubicada en las últimas páginas y dando prioridad a las noticias sobre económica, política, deportivas e internacionales. Este Diario era distribuido en pocas provincias del país como Guayas, El Oro, Los Ríos y Manabí. En la primera edición del Diario se incitaba al pueblo para ejercer la libertad de expresión, que para esa época la represión a la prensa gráfica estaba en auge (Checa, 2003, p. 67).

La época de diario “serio”, tuvo un tiempo de 15 años, circulando únicamente de lunes a viernes, siendo un medio de difícil lectura, su formato tabloide era abarcado en su mayoría por textos, con pocas imágenes que se mostraban (**Anexo 1**). Para el año 70 tuvo apogeo a nivel nacional siendo el tercer diario más vendido del país, el Extra siempre causó polémica, se le realizaron varias advertencias acerca de su incumplimiento con los “Límites a la libertad de expresión”, situación que le dio el seudónimo de el “Fantasma” que acabó con la “Prensa Gráfica”.

Con el pasar del tiempo, el medio fue cambiando su tipo de contenido, destacando una línea de sensacionalismo en él, tomando como referencia el arduo crecimiento que presentó su formato tabloide que habían generado para esa época, buscaron un sistema para aumentar más sus ventas, realizando un estudio de campo para conocer qué es lo que más llamaba más la atención en la sociedad de esa época, cayendo en cuenta que a los ciudadanos les atraía la información escandalosa, las temáticas extraordinarias, donde se interesan en la vida de sus semejantes y luego se comparan para luego enjuiciarlas.

Pizarroso & Rivera (1994) destacan que “La curiosidad del hombre sobre la vida de sus propios semejantes es insaciable. Para imitarlos o para demostrarlos, para envidiarlos o para despreciarlos. En realidad, eso que conocemos por periodismo tiene en buena medida su origen en esta curiosidad”

Este tipo de escritura en Ecuador toma fuerza, con imágenes que incitaban al morbo, y a la exageración de temas e incluso de noticias con un alto margen de sensacionalismo. Cabe recalcar que el amarillismo y sensacionalismo son diferentes, al pasar del tiempo el diario Extra, ha pasado del amarillismo que es línea del periodismo que aumenta y altera la información, al sensacionalismo que hace pomposa y llamativa la información sin perturbar su significado real.

Caracterización de su línea editorial sensacionalista en titulares y noticias

Hacer y ejercer este tipo de periodismo, ha sido un tema controversial desde sus principios, debido a que esta línea editorial atenta contra los valores éticos y las leyes de esta profesión. Este estilo es el más criticado y a la vez el que más investigaciones tiene a nivel de estudios. El diario Extra, basa sus noticias en la violencia, crónica roja, engancho a sus

lectores con este tipo de notas, los incentiva a querer saber más, pero sin trastocar o alterar la veracidad de la noticia (**Anexo 2**).

Diario Extra estructura sus notas y titulares con noticias dramatizadas, con el fin de generar emociones y sensaciones ante los lectores. Desde la aplicación y ejecución de la LOC (Ley Orgánica de Comunicación) en el año 2013, este medio es sujeto de vigilancia de las leyes de regulación ante los medios de comunicación, antes de que se ejerza LOC, el diario presentaba imágenes sin ninguna clase de censura, perjudicando la susceptibilidad de familiares, amigos y demás personas involucrados en algún evento noticioso, en reiteradas ocasiones se aumentaban la información por el simple hecho de querer masificar sus ventas, llegándose a tildar de un medio con poca ética.

Secciones y contenidos de su línea editorial

En la actualidad es un medio impreso que se caracteriza por su estilo sensacionalista, siendo popular por sus secciones de crónica roja, en donde sobresale el contenido dramático de asesinatos, accidentes, suicidios, homicidios posesionándolo como en uno de los periódicos más populares a nivel nacional. Posee un formato tabloide (280mm de largo y 430mm de ancho) que lo convierte en una lectura sencilla, a diferencia de los formatos tradicionales como la sabana (600 mm de largo por 380 mm de ancho) que es uno de los más tradicionales pero de una gran complejidad lectora por su amplia gama de papel y secciones de formato clásico.

Su estructura está conformado por las secciones de:

- ✓ Entrevistas
- ✓ Promociones

- ✓ Farándula
- ✓ Deportes
- ✓ Política
- ✓ Opiniones
- ✓ Especialidades
- ✓ Clasificados
- ✓ La sección de entretenimiento y “Lunes Sexy”

Todas enfocadas a una línea editorial de sensacionalismo y crítica social. Para una mejor comprensión de su estructura de diagramación captación visual, a continuación se destacan las características principales de su diseño:

- **Colorimetría.-** al ser un diario sensacionalista, maneja una gama de colores llamativos como lo son él: negro, rojo, amarillo; que destacan sus portadas de forma coloquial y escandalosa para sus lectores, sobresaltando sus notas de crónica roja, que encierran hechos sobre muertes, sexo, violencia, accidentes y violaciones.
- **Titulares.-** es un diario que llama la atención con el primer contacto visual, caracterizado por los titulares y su alto impacto en los lectores, debido a que en ellos se expresa un alto grado de tragedia que llama la atención del consumidor.
- **Redacción.-** se caracteriza por su jerga simple, debido al público al cual está dirigido, en ese caso la clase social baja de Ecuador, es decir personas que no usan un lenguaje complejo, rigiéndose por aspectos sencillos que no dan vueltas al asunto.

Para (Yepez, 2014) “Cuando una persona mira un suceso, como un accidente, no le cuenta a otra diciendo: “bus atropelló a un menor de edad”, te lo cuenta diciendo: hermano, ese man les dio un pepazo a unos pelados”.

La redacción que se usa para este medio está enfocada para un target popular, que al público que se dirigen, no se le puede hablar de forma sofisticada, que ese estilo en general se lo usa en los “Diarios Serios”, debe ser una escritura comprensible y sencilla para el lector. Se debe reconocer para qué target va dirigida cada escrito, no es por condenar este estilo, es saber manejar los vocablos usados por el público (Yepez, 2014).

Gonzalez & Carrero (2008) destacan que los lectores objetivos:

Son el conjunto de personas a la que va específicamente dirigida nuestra comunicación. Hay muchos ángulos desde donde definir un público objetivo. Una forma (no la única) es la de identificarlo con los consumidores potenciales de nuestro producto. Se supone que se trata del segmento de la población que presenta mayores expectativas de ventas (p.78).

Cuando un medio de comunicación sale a flote, hace un estudio de a quién va dirigido el producto que van a lanzar, comienzan con el público objetivo que es a quienes va dirigido la información, generalmente personas o al mercado; para “Diario Extra” son personas de clase popular, donde se estudia su lenguaje, que tipo de cosas le llama la atención, siendo sobre esta base el desarrollo de su contenido a vender. A este sector le llama la atención de lo que pasa en su alrededor, lo que le sucedió al vecino, a la tienda y todo lo que abarque su diario vivir, esta clase de noticias saca a flote al medio como uno de los principales diarios impresos a nivel nacional.

Titulares y denuncias sanciones del diario periodo 2017

Diario Extra debe su popularidad a su estilo sensacionalista, a sus titulares, imágenes y redacción de noticias, sin embargo tiene un estilo polémico, que muchas veces atenta contra las normas deontológicas, a través de los años ha tenido varias sanciones a partir de la vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) la cual entro en aplicación para julio del 2013.

Antes de que la LOC entre en vigencia, los titulares de Diario Extra presentaban imágenes y fotografías de carácter grotesco que definían la noticia al borde del suceso tal como acaecía, no había un código que permita sancionar a los medios que atentaban contra la privacidad y los derechos de los implicados. Diario Extra, ha sido uno de los diarios más sancionados en Ecuador, presentándose varios casos en donde la Ley de Comunicación se ha violado y las entidades SUPERCOM (Superintendencia de la Información y Comunicación) y CORDICOM (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación) han tenido que tomar medidas para sancionarlo y que no exista reincidencia, a continuación se presentan los siguientes casos:

Artículo 10, numeral 1, literal a; LOC: “Difusión de contenido que atenta a la dignidad humana”.

- **Publicación Sancionada:** 26 de marzo de 2014 titulada “¡Colombiano falleció ahogado!”, en donde el denunciante Buendía Herrera denunció que esto afectó la dignidad de su hija. Diario Extra fue sancionado con la rectificación de dicha información.

Artículo 10, numeral 3, literal d; LOC: “No evitar el tratamiento morboso de la información”

- **Publicación Sancionada:** 13 de Noviembre de 2014 fue sancionado el Diario Extra con una amonestación escrita al medio de comunicación por parte de la SUPERCOM tras la publicación de las siguientes notas periodísticas “Territorio de muerte” y “¡Ni el casco aguantó el ‘papazo’!” las cuales quebrantaron el artículo 10, numeral 3, literal d de la Ley Orgánica de Comunicación.

Artículo 23, numeral 3; LOC, “Sanción por reincidencia de contenidos”

- **Publicación Sancionada:** Sanción por reincidencia de contenidos publicado los días 23 y 24 de Noviembre del 2014, referente al fallecimiento del Dr. Romeo Raúl Rodríguez Cárdenas y Carola Donoso Fierro, rector y relacionista de la ESPOCH, con los titulares “De la reunión a la tumba” y “Se fue al cielo con el título de licenciada”, en donde la SUPERCOM solicito la rectificación de las noticias, el Extra no cumplió con dicha petición y fue sancionado con el 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses.

Artículo 10, numeral 2, literal a; LOC: “Afectación el desarrollo cognitivo de los niños y adolescentes”

- **Publicación Sancionada:** Diario Extra recibió una amonestación escrita por parte de la SUPERCOM debido a una noticia titulada “¡Coca a la vena!” con un título interior de “¡En 30 segundos comienza el vuelo!”, publicado el 30 de Diciembre del 2014, los cuales incitan a comportamientos peligrosos, debido a imágenes en donde se da a notar cómo se arma la droga.

Artículo 30, numeral 4; LOC: “La información acerca de niñas, niños y adolescentes no se podrá utilizar públicamente sin la autorización de su representante legal”

- **Publicación Sancionada:** Se sanciona al medio debido a la publicación de imágenes e información de un niño desaparecido, esta noticia se publicó el 9 de abril de 2015, en donde la multa fue de 20 salarios básicos unificados.

Artículo 32, LOC: “Protección de niña, niños y adolescentes”

Publicación Sancionada: la SUPERCOM sanciona a Diario Extra con el total de 10 salarios básicos unificados, una noticia en donde el titular de la portada fue “¡Diosito, mataron a la guagua!” con un desarrollo de 2 páginas con el título de “¡Golpizas acabaron con su infancia!” refiriéndose a la muerte de una niña de cuatro años publicado el 27 de enero de 2016.

El análisis de estas sanciones brindan como referencia que el contexto de las mismas se enfocaron en la sintaxis de sus titulares, incluso en la forma tan descriptiva en que los sucesos se manifestaron a través de sus portadas, lo que lleva a una consigna muy clara del actual estudio, “Diario Extra” es sancionado por su sensacionalismo, mas no por ser amarillista, una línea periodística que ya fue definida en los epígrafes superiores, donde se planteó sus diferencias y lo alejado que esta del estilo periodístico que manifiesta el medio, en donde abundan las expresiones efusivas mas no la falsedad de contenidos. En el (Anexo 3) de esta investigación, se realizó un estudio de los titulares más destacados de las portadas publicadas en el periodo 2017, como sustento y apoyo del proceso de observación y búsqueda de datos.

2.1.Fundamentación Teórica

Periodismo Sensacionalista y Amarillista

El periodismo sensacionalista con el tiempo ha ido cambiando su significado real, hoy en día es catalogado por invadir la privacidad y por la manipulación que le dan a la información. El sensacionalismo de amplio espectro y la invasión de la intimidad son formas de expresión social mediática, otras consideradas como impropias de los auténticos profesionales de la información. Pero actualmente, todo eso, más la violencia y ciertas formas de conducta aberrante, gozan de gran simpatía en los medios de comunicación por razones fundamentalmente económicas y falta de sentido estético (Blazquez, 2000). Se puede afirmar que es debido a la sociedad que ha incursionado en este tipo de periodismo, al ser los seres humanos curiosos de lo que pasa en el pueblo, los medios de comunicación han optado por este género que le simpatiza al público porque cuenta lo que pasa en los sectores bajos de la ciudad además que usan un lenguaje de fácil entendimiento.

Blazquez (2000) plantea que:

El sensacionalismo informativo consiste en la exageración intencionada del contenido de la noticia, aunque de fondo haya verdad. La exageración se dirige otras veces a exaltar irracionalmente sensaciones preseleccionadas, llamando la atención mediante efectos técnicos sobre algún aspecto determinado, pero sin ocultar otro. Lo éticamente insoportable de la exageración informativa es que se pretenda despertar en el lector o espectador sentimientos infraculturales e inframorales adulterando la verdad objetiva de las cosas y de los

acontecimientos. Tal ocurre cuando se provoca curiosidad morbosa en los lectores mediante descripciones truculentas o imágenes conmovedoras (p.45).

El sensacionalismo es un estilo de prensa que produce emoción, exageración, impresión ante los sucesos, enfocado a las emociones de las personas, citando el día a día de la sociedad, este género exagera los hechos en el momento que se comienza a relatar una noticia, usan lenguaje popular para mejor comprensión de su público

Para Holguin (1998) el sensacionalismo “Es gritar donde otros susurran. Es teñir de rojo los titulares y publicar las fotos de los hechos sin censura, sin quitar, ni poner. Es iluminar la noticia con detalles coloridos, pero sin salirse jamás de la realidad...”.

Este tipo de periodismo, no tiene alguna clase de censura, plasman la noticia resaltando las partes sangrientas, no quitan ni aumentan información, no se salen de la realidad de los hechos, cuentan la historia como la ven, entrevistando a los involucrados o testigos de la noticia, esto hace que el pueblo se sienta incluido y forme un lazo con este medio. Debido a que usan un lenguaje informal y sencillo, muchas veces no cuidan lo que publican es que este tipo de periodismo ha tenido rechazo en parte de la población.

Para Herran & Restrepo (1992) al sensacionalismo:

Le interesa mostrar escenas de la vida privada, atizar el fuego del escándalo. Alimentar el morbo con titulares llamativos, suscitar polémicas intrascendentes, pero no ejercer la actividad profesional con el objetivo de servir a la comunidad y de contribuir al bien común (p.75)

Es un hecho que esta redacción muchas veces no es considerada como periodismo sino, como una burla para los profesionales de esta rama y para el público debido a la clase de jerga que usan y que no remiten alguna clase de censura en donde los temas deberían ser más delicados, lo tachan como una prensa que solo busca su crecimiento e incita a los lectores a la violencia, a llevar un lenguaje pobre.

El sensacionalismo se conecta con el pueblo, usa la jerga del “populacho” para simpatizar y hacer que sea tangible, la lectura, ponen imágenes para que llamen más la atención del lector y usan titulares exuberantes que inciten al consumo, no aumentan ni disminuyen la realidad de los hechos, los cuentan sin tapujos, tal cual es la noticia.

Sin embargo aunque se parezcan, “El Amarillismo”, es un periodismo que aumenta, distorsiona la verdad, incita a la mentira, el engaño solo por querer hacer la noticia más interesante y obtener consumidores. Se puede destacar que el amarillismo usa una misma estructura que el sensacionalismo, llamando la atención desde su título hasta las imágenes poco censuradas.

Crónica Roja

La crónica roja es una sección que tienen los medios de comunicación la cual abarca sucesos reales que se generan a diario, estas historias pueden ser conmovedoras,

impresionantes, melodramáticas es por esto que conocemos hoy en día a la crónica roja como un género popular comúnmente encontrada en los diarios sensacionalistas. “Los relatos de la crónica roja, tienen un tema central: contar la historia de la víctima. Ese acontecimiento, ese drama mínimo alcanza su cometido cuando incita a las lágrimas. Tanto si es una victimización subsanada, a través de un proceso jurídico o una víctima ilusa que provoca su propia desgracia, la pobre víctima, engañada, robada, o asesinada, recoge los frutos de la empatía pública; recompensa dramática de alta carga simbólica”(Lopez, 2005).

Este tipo de noticia es redactada con detalles desde lo más importante hasta lo que podemos caracterizar por insignificante, está expuesta en temas del diario vivir, en catástrofes, accidentes y hechos escandalosos, lo que es la realidad social. En cierto grado, es de suma importancia leer crónica roja ya que nos informa de hechos que nos pueden ocurrir, como actúa la delincuencia y nos lleva a tomar debidas precauciones para no ser víctimas.

2.2.Fundamentación Legal

La Constitución de la República del Ecuador

Sección décima

De la comunicación

“**Art. 81.-** El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales. Asimismo, garantizará la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de

comunicación. No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley. Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación. Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano”. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

“**Art. 7.-** Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos”.

“**Art. 8.-** Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. “

TITULO II

Principios y derechos

CAPÍTULO I

Principios

“**Art. 10.-** Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias”

Art. 23.- Derecho a la rectificación.- Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública

TÍTULO IV

Regulación de contenidos

“**Art. 60.-**Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta Ley, los contenidos radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos...”.

“**Art. 61.- Contenido discriminatorio.-** Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación”.

“Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio”.

“Art. 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley.

“Art. 67.- Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso”.

TÍTULO V

Medios de comunicación social

“Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.”

CAPITULO III

METODOLOGÍA

El presente capítulo aborda el planteamiento metodológico, su alcance, diseño y enfoque ante las necesidades que bosqueja el tema de investigación; su aporte sustentara las concepciones científicas y teóricas que se desarrollan en el proceso de análisis, así como la definición de sus herramientas de recolección, universo y muestra, para la aplicación de su estructura metodológica, aportando y definiendo las causales y variables principales del objeto de estudio.

Enfoque de la investigación

El enfoque planteado en la investigación es de carácter Mixto (Cualitativo-Cuantitativo), por las diferentes necesidades que desarrolla el objeto de estudio; como su alcance que es la ciudadanía guayaquileña, tomando como referencia la parroquia Carbo Concepción, la cual es una de las zonas laborales más importantes de la ciudad de Guayaquil y en la cual se encuentran los grupos lectores objetivos de los diferentes medios informativos impresos, suscritos al objeto de estudio (Diario “Extra”), haciendo uso de las diferentes herramientas y recursos de recolección de datos e información, que se presentan en estos dos enfoques.

Alcance de la investigación

Los tipos de investigación utilizados para el presente proyecto, se originan tanto del objeto de estudio (Diario Extra) como del contexto que lo rodea, por lo que se identifica la necesidad de ejecutar un análisis exploratorio para la identificación de la problemática, descriptivo con el propósito de establecer su comportamiento, permitiendo a través de este estudio medir las variables implícitas en los objetivos de la investigación, bibliográfico para la consulta de fuentes de primera mano, digitales y tradicionales que sustenten el accionar del

presente trabajo; de campo por la utilización de la encuesta para la recolección de información y sustento cuantitativo para el aporte de la investigación.

La investigación es de carácter básico, puesto que tiene como propósito la comprensión de los fenómenos predefinidos en el consumo de los titulares cronistas por parte del objeto de estudio “Diario Extra” y el auge que se presenta en la redacción de esta línea editorial en Guayaquil.

La fundamentación de la investigación consiste en demostrar como el tratamiento sensacionalista de los titulares por parte de los medios impresos de forma específica en diario Extra, definen un auge en la línea editorial de crónica roja en la ciudad de Guayaquil, a partir de la caracterización de este género periodístico y la personificación o adaptación del mismo por grupos de lectores específicos, por diversos medios impresos que buscan ahondar en esta línea periodística.

Tipos de investigación

Investigación exploratoria.- Es aplicable la investigación de este tipo, puesto que se efectúa sobre un tema u objeto poco conocido o estudiado, tal es el caso de tratamiento sensacionalista de los titulares del medio Diario Extra y como incide en el auge de la línea editorial guayaquileña , alineando a conocer las variables que intervienen en el fenómeno de análisis.

Investigación Descriptiva.- se toma un hecho o fenómeno, con el propósito de establecer su comportamiento, permitiendo a través de este estudio medir las variables implícitas en los objetivos de la investigación (Tratamiento sensacionalista de los titulares / auge de la línea editorial cronista).

Investigación Explicativa.- busca el porqué de los fenómenos o hechos, mediante las relaciones de causa – efecto, tal es el caso de como el tratamiento sensacionalista de los titulares emerge un auge paulatino en la construcción de la línea editorial cronista de diversos medios impresos en la ciudad de Guayaquil.

Investigación de Campo.- La población es el principal objeto de estudio en este tipo de investigación, se toma en cuenta los pensamientos, el impacto que tiene el diario no solo en las personas encuestadas sino a sus familiares, saber que conocimiento tienen del tipo de periodismo que se brinda.

Investigación Bibliográfica.- El campo que se estudió, conlleva una serie de investigaciones históricas, es por eso que se han usado varias técnicas de recolección de datos apoyándonos en artículos científicos e información verídica, esto para que el trabajo sea a base de información confiable.

Métodos de la investigación

Inductivo-deductivo

La implementación de estos métodos permite ir del razonamiento lógico para estructurar conclusiones, es decir formular hipótesis generales y hacerlas validas, la misma que va de lo universal a lo particular y así se logre llegar a una conclusión efectiva.

Analítico sintético

Se utilizó este método para separar cada uno de los elementos que forman parte de la investigación donde se observó su problemática su reacción su evolución para luego sacar conclusiones de tipo particular.

Observación

Este método se lo ha utilizado de manera total para hacer un diagnóstico del contexto actual a través de una observación simple de la realidad, con la finalidad de establecer cuáles son las características que se presentan en el tratamiento periodístico desde la línea sensacionalista y como recrea un auge en ese estilo de redacción en los diversos medios de la ciudad de Guayaquil.

Técnicas de Investigación

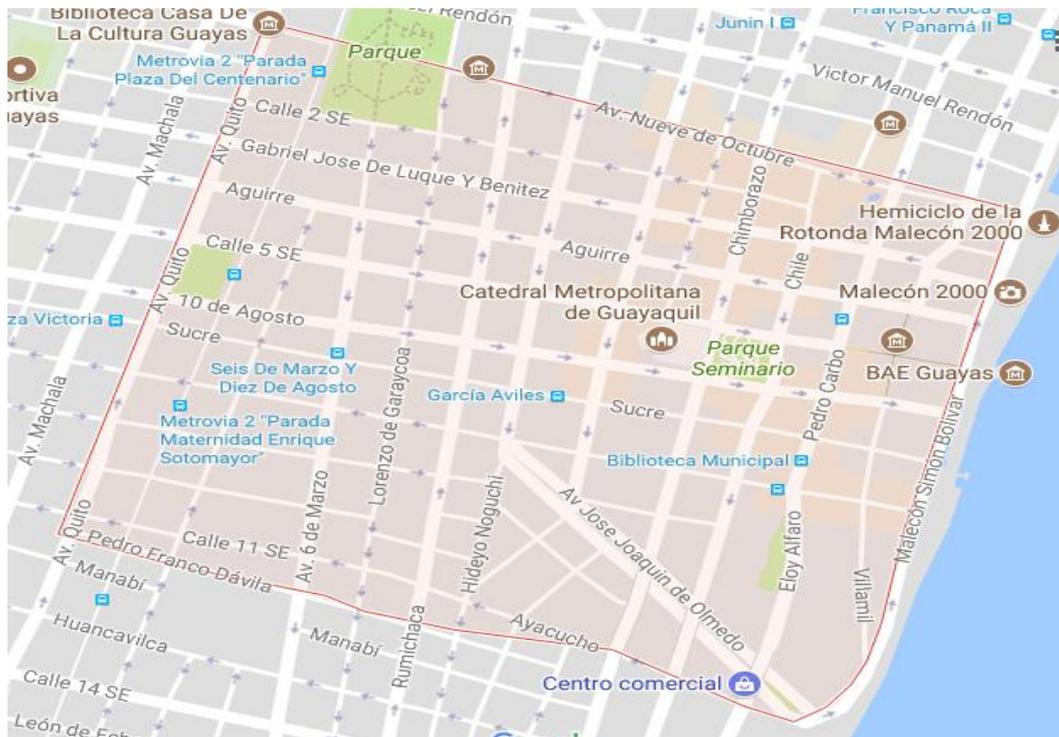
Con la finalidad de obtener la información necesaria para el planteamiento del presente proyecto, las técnicas de investigación que se utilizaron a partir del enfoque de la misma fueron las siguientes:

- **Entrevista:** Se realizó la entrevista con un cuestionario previamente elaborado al, Lic. Juan Manuel Yépez editor general de Diario Extra (Anexo ¿?) y actual vocero del medio en su estilo periodístico definido a nivel nacional.
- **Encuestas:** Se realizaron encuestas, a los ciudadanos de la parroquia Carbo Concepción (Anexo ¿?), por su ubicación estratégica geográfica del sector centro norte de la ciudad donde se presenta una gran afluencia de lectores potenciales por sus características laborales y sociales, identificando cuál es su criterio o percepción con respecto al tratamiento periodístico sensacionalista que presenta el Diario Extra, y cómo influye en el auge de esta línea editorial en los demás medios impresos guayaquileños.

Muestra Poblacional

Población

La determinación de la muestra poblacional es tomada de la parroquia Carbo Concepción con 4.035 habitantes según el último censo nacional (Anexo 3) la misma que se encuentra ubicada en la Av. Malecón entre 9 de octubre y Junín, que abarca las estatuas de los Libertadores Bolívar y San Martín, Instituto tecnológico Bolivariano, los banco Guayaquil, Produbanco, Central del Ecuador y Pro Crédito, el Centro Financiero Nacional (CFN), Iglesia La Merced, Hotel Ramada y Parque Pedro Carbo .



Fuente: Google Map

Muestra

Para seleccionar la muestra se ha aplicado la fórmula probabilística aleatoria o simple, para determinar la cantidad de encuestas, gráficos y tablas estadísticas que se deben analizar para conocer los resultados del estudio en la parroquia Carbo Concepción, considerada por parte de la autora del presente trabajo, por ser un punto céntrico en el entorno laboral ciudadano, y donde se encuentran los potenciales grupos objetivos de lectores exponiéndola de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Considerando que:

n = Tamaño de la muestra por encontrar.

Z = Nivel de confianza.

P = Segmento de personas con las características factibles para el estudio, de ser seleccionadas en el muestreo, este será exitoso.

Q = Segmento de individuos sin las características del estudio (fracaso).

N = Tamaño de la Población

E = Margen de error que se prevé cometer.

Margen: 5%

Nivel de confianza: 90%

Población: 4035

Tamaño de la muestra: 253

Una vez aplicada la fórmula con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%, se obtuvo como resultado que las encuestas que se deben ejecutar dan un total de 253.

. La selección de la población es fundamental para el desarrollo de la encuesta. Para ello se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- **Homogeneidad.-** Todos los miembros de la población tuvieron las mismas características, es decir, personas que laboran o son parte en un determinado sector (Parroquia Carbo Concepción) y cuya edad está comprendida entre 18 y 65 años.
- **Tiempo.-** La encuesta estuvo orientada al período de planificación enunciado en su estudio, cuya realización se tomó una semana del mes de septiembre de 2017.
- **Espacio.-** La delimitación de donde se la aplicó, en este caso la parroquia Carbo concepción, Av. Malecón entre 9 de octubre y Junín, escenario donde se efectuó las encuestas.
- **Cantidad.** Se realizó la impresión de un total de 253 hojas para efectuar la encuesta tomando en cuenta el rango de edad que se estableció para el desarrollo del proyecto investigativo.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Filtro: Rango de edad y sexo de los lectores encuestados

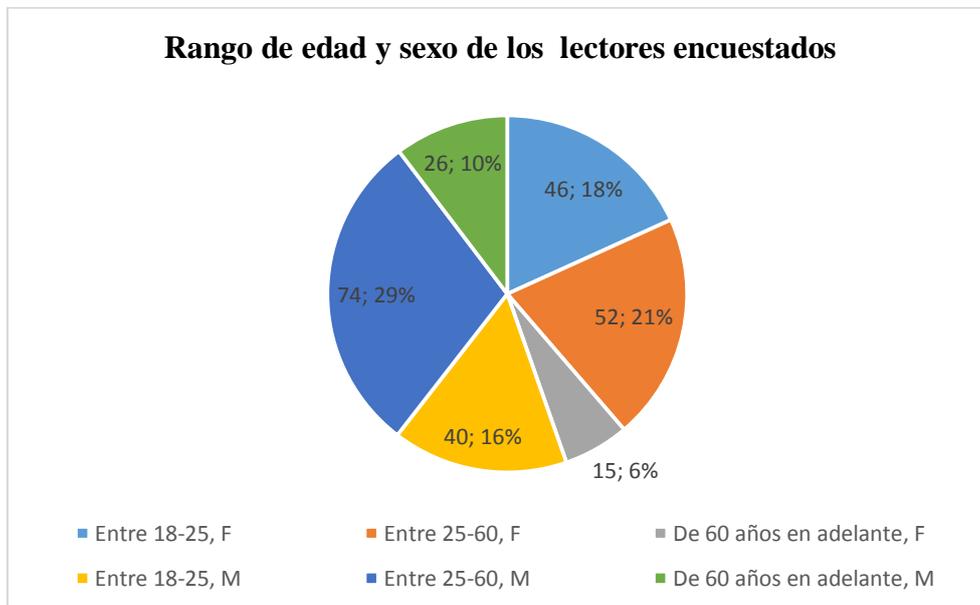
Tabla 1 – Filtro: Rango de edad y sexo

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Edades	Sexo		
Entre 18-25 años	Femenino	46	18%
Entre 25-60 años	Femenino	52	21%
De 60 años en adelante	Femenino	15	6%
Entre 18-25 años	Masculino	40	16%
Entre 25-60 años	Masculino	74	29%
De 60 años en adelante	Masculino	26	10%
Total		253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Grafico 1: Rango de edad y sexo



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

El rango de edades que manejo la investigación fue de 18 años en adelante, los resultados, de la encuesta arrojaron que las personas que más leen el Diario Extra son Hombres que se encuentran en una edad de 25 a 60 años con un 29%, siguiendo las mujeres con los mismos rangos de edad con un 21%, mientras que los que menos leen son las personas de más de 60 años hombres con un 10% y mujeres con un 6%.

Pregunta 1: ¿Es usted lector del diario Extra?

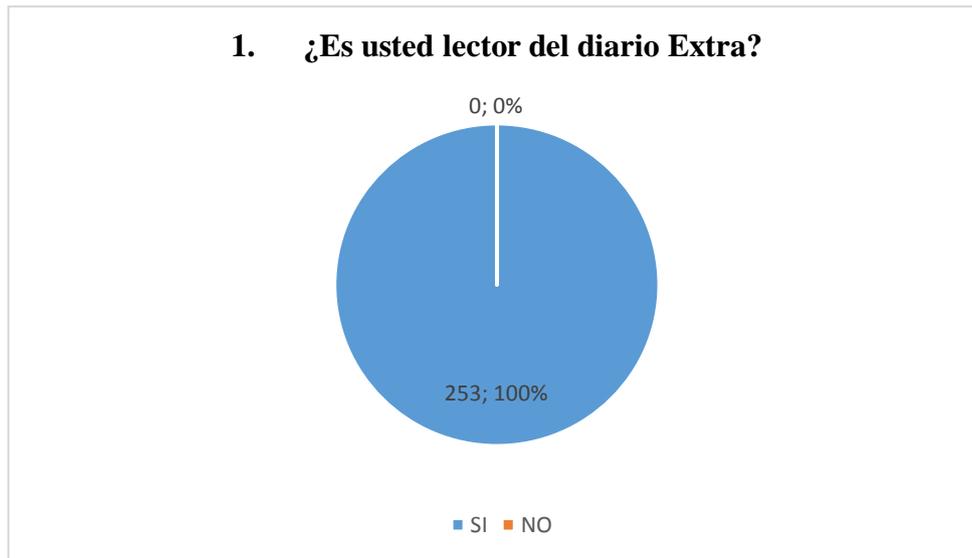
Tabla 2: Lector del diario

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	253	100%
No	0	0%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Gráfico 2: Lector del diario



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

Todas las personas encuestadas, manifestaron ser lectores del Diario Extra, unos son frecuentes, mientras que otros leen paulatinamente el medio impreso.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia lee el Diario Extra?

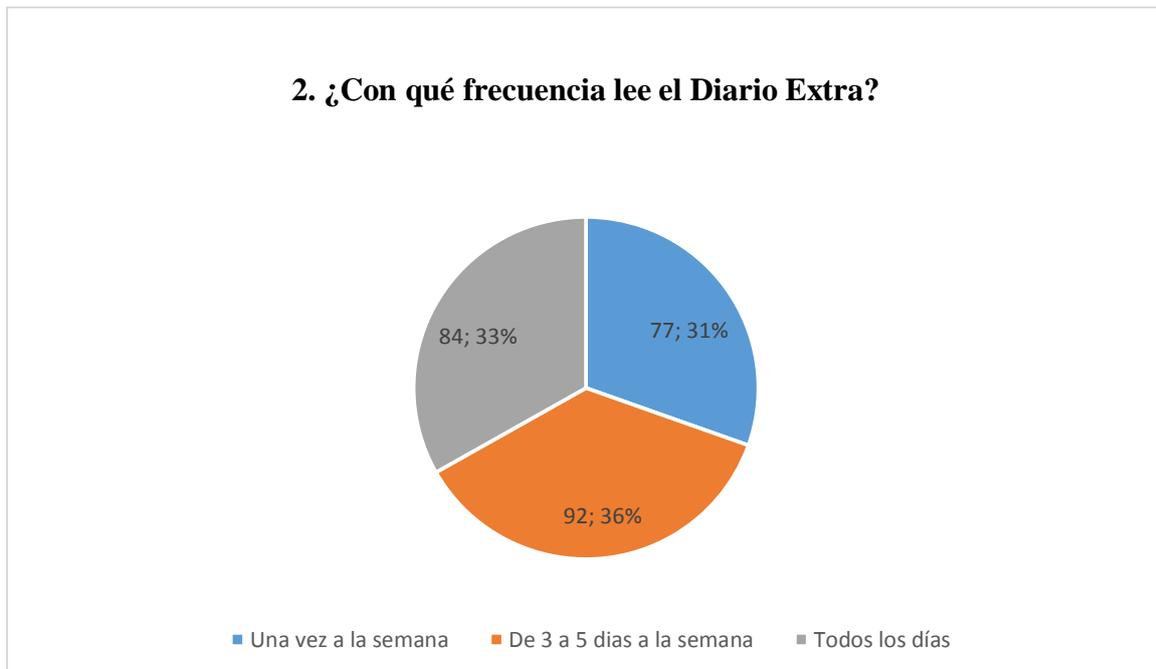
Tabla 3: Frecuencia de lectura

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Una vez a la semana	77	30%
De 3 a 5 días a la semana	92	36%
Todos los días	84	33%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Grafico 3: Frecuencia de lectura



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

En el aspecto de frecuencia de lectura el 36% de las personas encuestadas definieron su hábito de lectura de 3 a 5 veces por semana, de forma reiterada con el medio de lunes a viernes mientras que un 31% manifestó que lo leen únicamente 1 vez por semana.

Pregunta 3: ¿Qué elementos o secciones del diario cautivan más su atención?

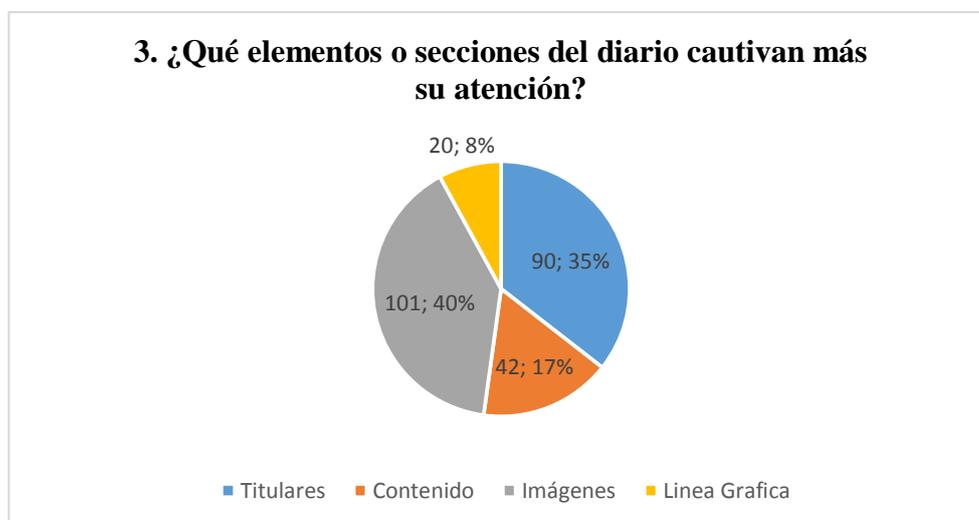
Tabla 4: Elementos o secciones que cautivan la atención

Alternativas	Frecuencias	Alternativas
Titulares	90	35%
Contenido	42	17%
Imágenes	101	40%
Línea Grafica	20	8%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Gráfico 4: ¿Qué elementos o secciones del diario cautivan más su atención?



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

En el ítem 3 las imágenes del diario, son las que llaman mayormente la atención, debido a lo poco censuradas e impactantes que pueden ser, teniendo una aceptación del 40% de las personas encuestadas, destacando que es esta parte por la cual comprar este medio impreso, luego están los titulares con un 35%, mientras que la línea grafica es la que menos atención llama la atención con un 8%.

Pregunta 4: ¿Qué reacción causa en usted las publicaciones que se presentan en la portada del diario?

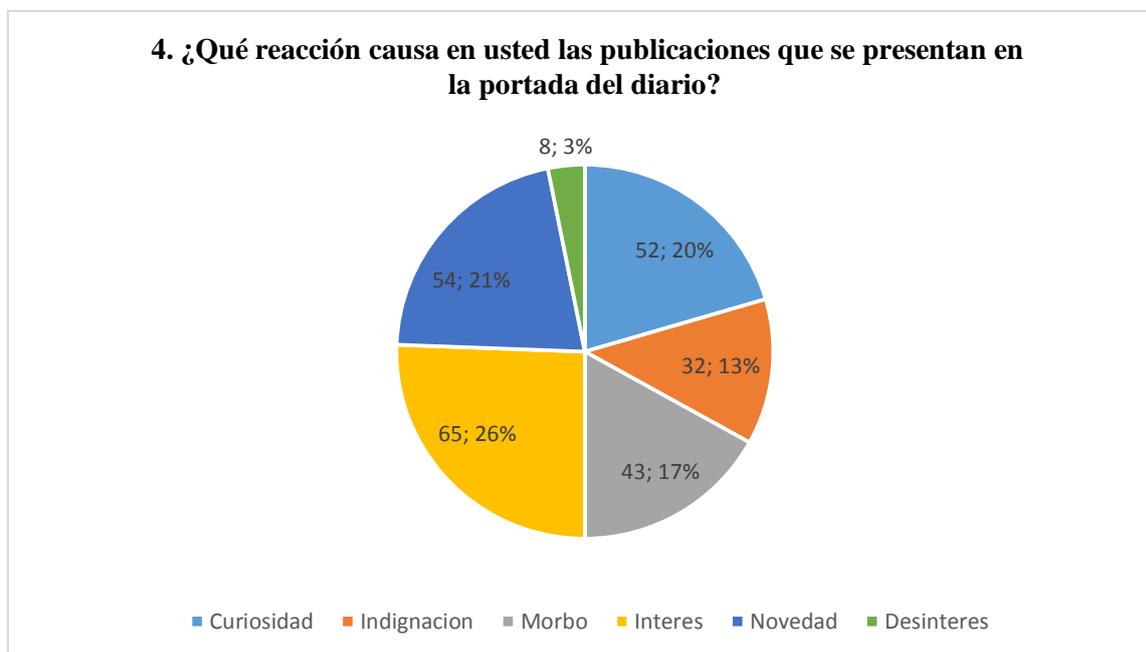
Tabla 5: Reacción de las publicaciones

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Curiosidad	52	20%
Indignación	32	13%
Morbo	43	17%
Interés	65	25%
Novedad	54	21%
Desinterés	8	3%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Gráfico 5: Reacción de las publicaciones



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

Entre las reacciones que causan las publicaciones del Diario Extra, se manifestó con 25% la reacción de interés en los ciudadanos, mientras que un 21% destacó que les provocan curiosidad y novedad, y solo un 3% de los encuestados sienten desinterés.

Pregunta 5: ¿Qué opinión tiene acerca de los titulares implementados por diario Extra?

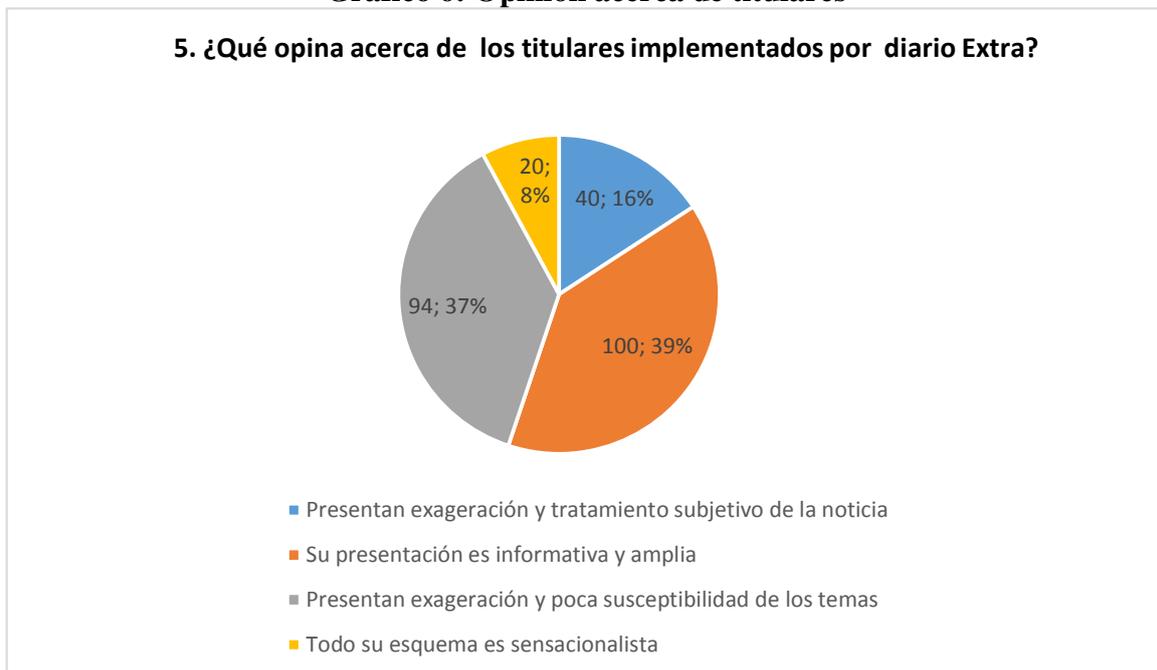
Tabla 6: Opinión acerca de titulares

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Presentan exageración y tratamiento subjetivo de la noticia	40	16%
Su presentación es informativa y amplia	100	39%
Presentan exageración y poca susceptibilidad de los temas	93	37%
Todo su esquema es sensacionalista	20	8%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Grafico 6: Opinión acerca de titulares



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

El ítem numero 5 destaco que un 39% de encuestados piensan que Diario Extra presenta titulares informativos, seguido con un 37% denotan que son exagerados y poco susceptibles, mientras que solo el 8% menciona que todo su esquema es sensacionalista.

Pregunta 6: ¿Considera que diario Extra ha incidido en la publicación o tendencia de la línea editorial de crónica roja de otros medios impresos en la ciudad Guayaquil?

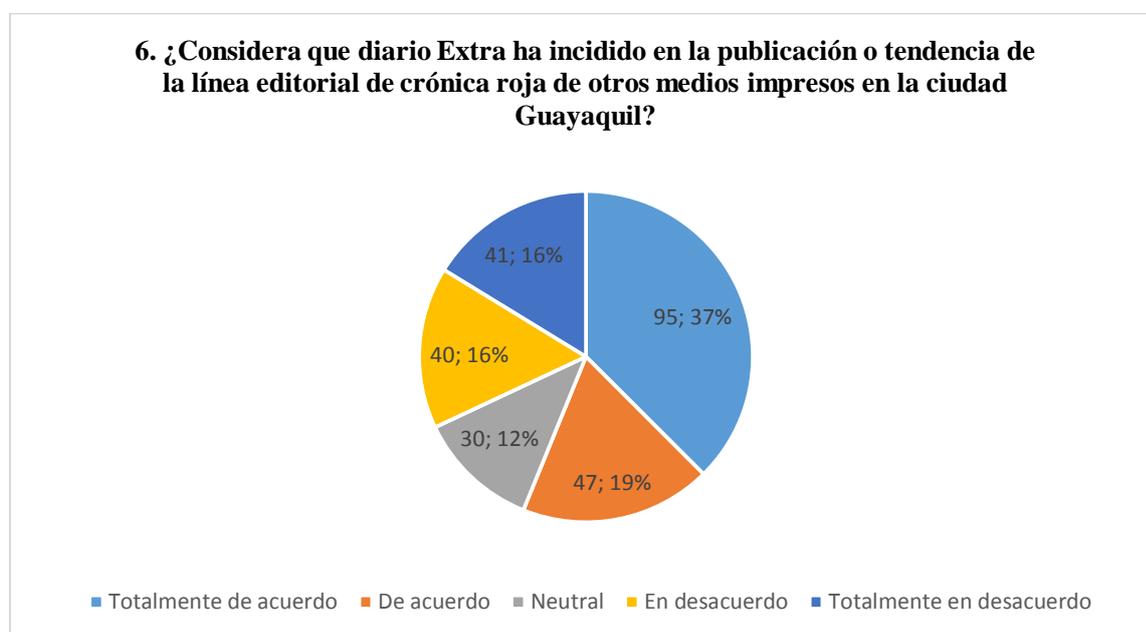
Tabla 7: Publicación o tendencia de la línea editorial

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	95	37%
De acuerdo	47	19%
Neutral	30	12%
En desacuerdo	40	16%
Totalmente en desacuerdo	41	16%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Grafico 7: Publicación o tendencia de la línea editorial



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

El 37% de las personas están totalmente de acuerdo en la incidencia que ha tenido Diario Extra en otros medios de comunicación seguido por el 19% de acuerdo, el 16% en desacuerdo al igual que en totalmente en desacuerdo, y con un 12% neutral.

Pregunta 7: ¿Qué información cree usted que brindan las notas o secciones de crónica roja en los ciudadanos?

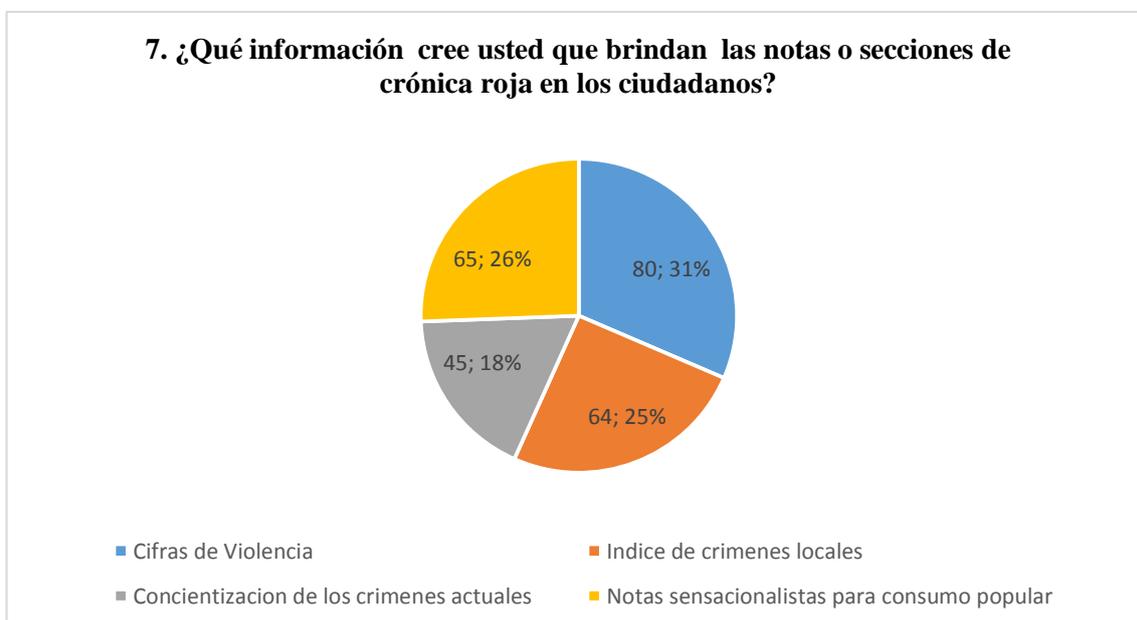
Tabla 8: Información que brinda las notas de crónica roja

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cifras de violencia	80	31%
Concientización de los crímenes actuales	63	25%
Índice de crímenes locales	45	18%
Notas sensacionalistas para consumo popular	65	26%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Gráfico 8: Información que brinda las notas de crónica roja



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

Con el mayor porcentaje está el 31% que piensa que Diario Extra brinda información con cifras de violencias, luego con un 26% menciona que brinda notas sensacionalista para consumo popular, un 25% la concientización de crímenes actuales y con un 18% los índices de crímenes locales.

Pregunta 8: ¿Qué término o denominación utilizaría para describir al medio impreso Extra?

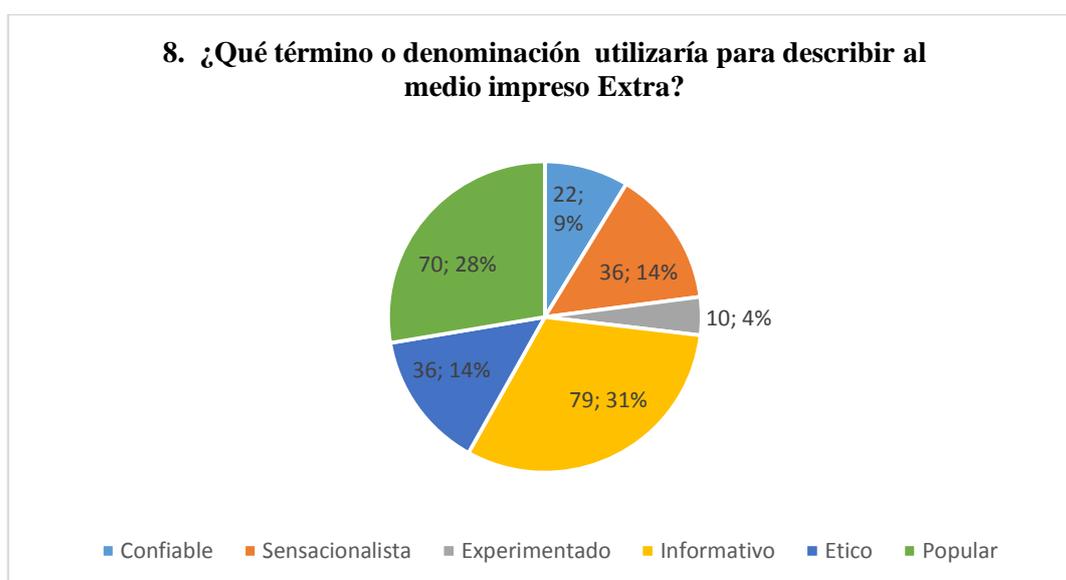
Tabla 9: Denominación para describir a Diario Extra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Confiable	22	9%
Sensacionalista	36	14%
Experimentado	10	4%
Informativo	79	31%
Ético	36	14%
Popular	70	27%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Grafico 9: Denominación para describir a Diario Extra



Fuente: Encuesta

Autora: Ivanna Di Luca

Comentario

La mayor parte de los encuestados con un 31% respondió que es un medio informativo, seguido con un 27% a ser definido como popular, lo característico de esta encuesta es que solo un 14% lo encasillo como sensacionalista, línea que el mismo diario se ha adjudicado desde sus inicios; solo un 4% lo denominó como un medio experimentado y con un 9% como confiable.

Análisis e Interpretación General de los Resultados Obtenidos

- Todos los encuestados destacaron ser lectores del Diario Extra, lo que volvió factible y fidedigno el análisis y aplicación de la encuesta en la población seleccionada.
- Los rangos principales de edad de lectores que toman como fuente informativa a Diario extra oscilan entre los 25 a 60 años, este estudio reflejo que el porcentaje más grande de lectores esta entre los 25 y 30 años y el más bajo es el de 60 años de edad, debido al interés informativo y las notas presentadas por el diario.
- Se logró definir que en rango de sexo, los lectores principales que prefieren este tipo de periodismo son Hombres, debido al alto interés que les causa los titulares y fotografías, así como por secciones netamente masculinas como “Lunes Sexy”
- El rango promedio de lectura por parte de la ciudadanía es entre 3 a 5 veces por semana, debido al sumo interés que les causa los titulares en sus portadas, en algunos casos los lectores están suscritos al medio para que les llegue diariamente.
- Dentro de la estructura y diseño del medio la mayor impresión por parte de los lectores incurre en fotografías las cuales dejan muy poco a la imaginación y da gran parte de información de lo que trata la noticia seguido de sus titulares que utilizan una jerga popular en su sintaxis que se vuelven otro blanco de intriga para los consumidores que las asocian a su diario vivir.

- La amplia información que brinda Diario Extra es otro punto que se recalca en la selección de los lectores, puesto que presentan las notas sin ningún filtro, se manifiestan tal como son, seguido por la exageración o tratamiento sensacionalista de sus publicaciones que atraen la atención y crean interés en su público directo e indirecto de lectores.
- La población encuestada destacó que considera a Diario Extra como el pionero y guía de esta línea editorial sensacionalista, que ha permitido abrir campo a otros medios impresos a incursionar desde secciones hasta su línea editorial completa en este estilo que es de carácter popular en muchos países de Latinoamérica.
- Como análisis final, Diario Extra es un medio de “*Target Popular*”, aunque son varias las personas de clase media y alta que leen este medio siendo un porcentaje mínimo dentro de las cifras de análisis, pero que al larga se convierten en público lector indirecto, y posibles consumidores de información.

Entrevista

Para corroborar los datos obtenidos de este estudio, se realizó la entrevista al editor general de noticias de “Diario Extra” Lcdo. Juan Manuel Yépez, Periodista y Máster en Dirección de Comunicación, Editor General de Diario EXTRA desde el 2012, Editor Operativo en Gráficos Nacionales (2005), Reportero político en Diario Expreso(2006), Redactor y coordinador en Diario El Universo(2001), Reportero en ETV Telerama (2000), Redactor en Diario Hoy(1998).

Análisis de la entrevista:

- El estilo periodístico que permitió la definición de Diario Extra, viene desde finales del siglo XIX principios del siglo XX, con el nacimiento de Joseph Pulitzer y Randolph Hearst quienes realizaron un tipo diferente de periodismo, haciendo reportajes en los bajos mundos, causando polémicas en los “grandes diarios” debido a la gran acogida que tenían en los lectores porque estos periódicos hablaban de la parte del pueblo, ese lugar del cual no se hablaba, estas historias comenzaron a venderse y es lo que se busca sino como viven los periodistas. Diario Extra, tiene 43 años en el mercado y en todo el tiempo ha sido criticado por otros medios impresos quienes terminaron sacando otro periódico el cual decían que no era sensacionalista sino popular, pero en realidad terminaron haciendo lo que nosotros hacemos.
- La crónica roja se puede originar por falta de políticas públicas, falta de asesoría de educación, falta de acceso al trabajo, falta de acceso a la salud, otros tienen problemas mentales y todo esto junto hace que el ser humano sea una bomba de tiempo.

- El tiraje del Diario Extra va de 100000 a 130000 ejemplares por día.
- Nuestro *Target* es múltiple pero nuestro lector promedio va entre los 30 años y 50 años en su mayoría no todos pero un poquito más de la mitad son hombres
- La publicación de los titulares característicos de crónica roja son importantísimo porque es una manera de enganchar al lector pero, se populariza el lenguaje de la noticia para que sea más cercano, por eso la gente le gusta disfrutar los titulares porque son como ellos hablan.
- Las sensaciones o actitudes que se buscan provocar con las imágenes y titulares son de llamar la atención de las masas, alarmar por el índice de asesinatos de mujeres, de violencia, se pretende conmover, de decir tenga cuidado que aquí están matando.
- Diario Extra se distingue por la frontalidad de decir las cosas, por decir algo con todas sus letras, fotos sin minimizar y adornar la noticia.
- El amarillismo es crear noticias falsas mientras que el sensacionalismo nunca miente, causa sensación a través de la tipografía, colores, fotos, los títulos, activa los sensores del ser humano.
- Diario Extra, es un periódico sensacionalista en todo sentido, no se va por los bordes.
- Este medio impreso ha hecho muchas revelaciones interesantes, se ha metido en cada una de las ciudades ecuatorianas para dar a conocer las cosas que están pasando. Primero ha hecho historia y segundo su marca es tan fuerte que todo el país lo conoce.

INFORME TÉCNICO FINAL

CONCLUSIONES

- A partir de esta investigación se pudo generalizar que el grupo objetivo de lectores que Diario Extra busca es de carácter múltiple, y no solo popular puesto que la concepción de sensacionalismo es tomado por el medio como sus estandarte a la hora de informar y no como un sesgo en el proceso de comunicación masiva.
- Las publicaciones, titulares, fotografías y tratamiento periodístico sensacionalista vuelve factible la asociación de contenidos para ciertos sectores populares, cautivando la lectura y su inclinación por este tipo de notas informativas, que son manifestadas como un grito y alarmas populares en la sociedad, tal como lo manifestó el editor general de medio impreso.
- A través de la presente investigación la sociedad guayaquileña, no le brinda la concepción de sensacionalista al medio impreso Extra, sino de informativo, a pesar que de forma abierta el medio siempre se ha caracterizado por ser sensacionalista y no amarillista.
- El Diario Extra se mantiene aún con una línea editorial sensacionalista durante sus 43 años de trayectoria, destacándose como uno de los periódicos más leídos en el Ecuador.
- A partir de la Ley de Comunicación, se ha visto un descenso en la intensidad de sus titulares y un crecimiento en sus sanciones, por la regulación de contenidos, pero aún mantiene su línea gráfica y sus fotografías aplicando las normas de la LOC, que mantienen un gran impacto por su jerga popular.

Recomendaciones

- Se recomienda realizar un estudio de mayor fondo informativo y periodístico, que permita ampliar el formato que caracteriza a este medio y los diversos aspectos que influyen en sus lectores, desde perspectivas semióticas, semánticas y lingüísticas para una análisis de impacto investigativo.
- Trazar a partir de estudio, una perspectiva diferente de la visión que se tiene acerca de las publicaciones de Diario Extra, en la cual solo se denotan las descripciones populares de sus noticias, incluso su exageración en la presentación de titulares, mas no en la veracidad de la información; es de esta forma que se puede destacar la influencia que ha tenido en su argot popular que ha marcado secciones y líneas editoriales de otros medios para informar, de forma veraz y contundente desde el estilo sensacionalista.
- Destacar las concepciones teóricas de amarillismo y sensacionalismo, para una mejor comprensión por parte de los lectores, tomando como referencias las características de cada uno de estos conceptos, así como la prohibición y uso exagerado de ellos dentro de LOC (Ley Orgánica de Comunicación) cuando se exponga la información al lector, para reconocer que tipo de noticia está recibiendo.
- Tomar como referencia el presente estudio para la sistematización de contenidos periodísticos presentes en nuestra sociedad ecuatoriana, y que sirvan como referencia del formato y presentación de noticias que se brindan a partir de las nociones sociales, políticas e ideológicas de cada región.

Bibliografía

Barco, A. (1 de noviembre de 2010). *Periodismo: ¿oficio o poder?* Obtenido de : <http://www.slideshare.net/abarco/periodismo-5637578>

Bermeosolo, F. (1969). *Los Origenes del periodismo Sensacionalista*. Madrid: Ediciones Rialp.

Blazquez, N. (2000). *El desafío ético de la Información*. Salamanca, España: San Esteban.

Cebrian, J. L. (1981). *¿Que pasa en el mundo? Los medios de informacion de masas*. Barcelon: SALVAT Editores.

Constitución de la Republica del Ecuador. (20 de octubre de 2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Quito, Ecuador.

De Fleur, M. (1976). *Teorias de la Comunicacion Masiva*. Buenos Aires: Paidós.

Etxeberria, X. (1995). *Etica periodista, aproximaciones a la etica de la informacion*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.

Gomis, L. (1991). *Teoria del periodismo, como se forma el presente*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Gonzalez Mora, M. A. (2015). *Analisis de los titulos de Diario Extra*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Gonzalez, M., & Carrero , E. (2008). *Manual de planificacion de medios*. Madrid, España: ESIC.

Herran, M. T., & Restrepo, J. D. (1992). *Etica para Periodistas*. Santa Fé de Bogota : Tercer Mundo Editores.

Holguin, H. (Octubre de 1998). *Cronica n6. Rincon del Fantasma*, 34.

Lopez, O. (2005). *Amarilla y Roja*. Colombia: Universidad EAFIT.

Pizarroso, A., & Rivera, J. (1994). Corazones de papel. En *Sensacionalismo y prensa del corazon en España* (pág. 19). Barcelona: Planeta.

Pozo Hinojosa, P. D. (2012). *Representaciones sociales de la cronica roja*. Quito, e: Universidad Internacional SEK.

Restrepo, J. D. (1994). *Etica para periodistas*. TM Editores.

Vallejo Mejia, M. (2006). *Una cronica del periodismo en Colombia*. Bogota: Planeta.

Yepez, J. M. (19 de Junio de 2014). Los titulos del Diario Extra. (M. A. Gonzalez, Entrevistador)

Zavala Chávez, M. (2013). *Television sensacionalista, constructora de nuevas sensibilidades o insensibilidades: Hacia un estudio del consumo*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

ANEXOS



-1975 y portada del 3-1-1975

ANEXO 1: Portada 3 de Enero de 1975



ANEXO 2: Titular de asesinato

Así es Guayaquil cifra a cifra

► Población del cantón Guayaquil

2.350.915

1.158.221 | 1.192.694
48,3% | 50,7%

► Población y tasa de crecimiento intercensal anual



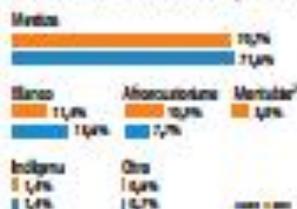
► Promedio de personas por hogar Censos 2001 y 2010



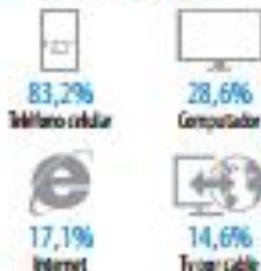
► Porcentaje de población por grupos de edad

Grupo de edad	2001	2010
0 a 14	25,4%	23,8%
15 a 64	64,7%	65,4%
65 y más	6,9%	5,8%

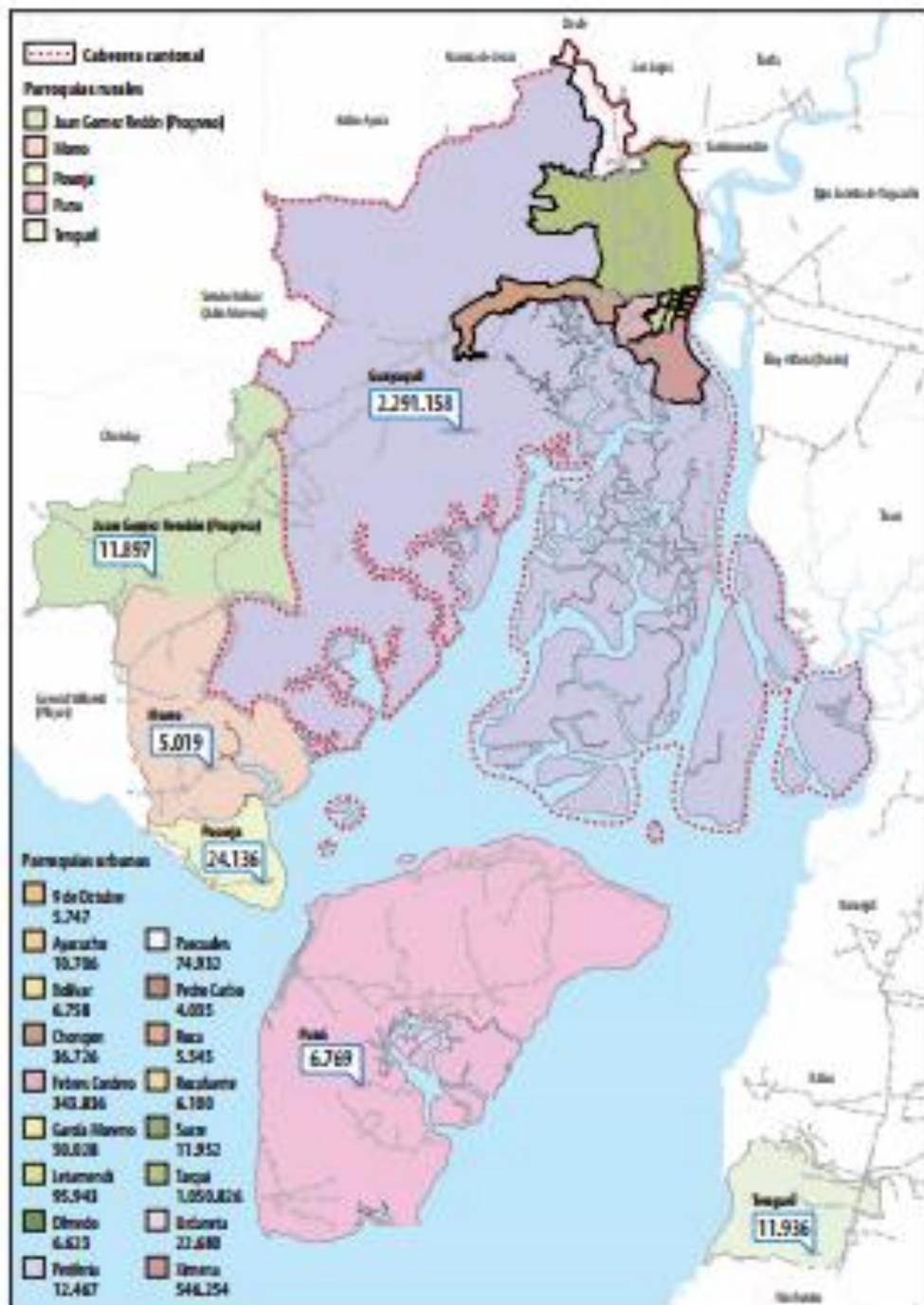
► Autoidentificación de la población¹



► Disponibilidad de TIC'S



► Número de habitantes del cantón Guayaquil por parroquias (urbanas y rurales).



Fuente: Censos de Población y Vivienda 2010

ENCUESTA

Edad Entre 18 – 25años **Sexo** Masculino
Entre 25 – 60 años Femenino
De 60 años en adelante

1. ¿Es usted lector del diario Extra?

Sí No

2. ¿Con qué frecuencia lee el Diario Extra?

Una vez a semana Todos los días
 De 3 a 5 días por semana

3. ¿Qué elementos o secciones del diario cautivan más su atención?

Titulares (Portada) Imágenes
 Contenido escrito Línea grafica (Color y tipografía)

4. ¿Qué reacción causa en usted las publicaciones que se presentan en la portada del diario?

Curiosidad Interés
Indignación Novedad
Miedo Desinterés

5. ¿Qué opina acerca de los titulares implementados por diario Extra?

Presentan exageración y tratamiento subjetivo de la noticia
 Su presentación es informativa y amplia
 Presentan exageración y poca susceptibilidad de los temas
 Todo su esquema es sensacionalista

6. ¿Considera que diario Extra ha incidido en la publicación o tendencia de la línea editorial de crónica roja de otros medios impresos en la ciudad Guayaquil?

- | | |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo | <input type="checkbox"/> En desacuerdo |
| <input type="checkbox"/> De acuerdo | <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo |
| <input type="checkbox"/> Neutral | |

7. ¿Qué información cree usted que brindan las notas o secciones de crónica roja en los ciudadanos?

- | | |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Cifras de Violencia | <input type="checkbox"/> Concientización de los peligros actuales |
| <input type="checkbox"/> Indice de crímenes locales | <input type="checkbox"/> Notas sensacionalistas para consumo popular |

8. ¿Qué término o denominación utilizaría para describir al medio impreso Extra?

- | | |
|------------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Confiable | <input type="checkbox"/> Informativo |
| <input type="checkbox"/> Sensacionalista | <input type="checkbox"/> Ético |
| <input type="checkbox"/> Experimentado | <input type="checkbox"/> Popular |

ENTREVISTA

Entrevistado: Lcdo. Juan Manuel Yépez

Cargo: Editor general de noticias de “Diario Extra”

Entrevistadora: Ivanna Andrea Di Luca Monroy

Tema: El Tratamiento Sensacionalista De Los Titulares En Medios Impresos Y Su Auge En La Línea Editorial De Crónica Roja En La Ciudad De Guayaquil Periodo 2017 Caso: Diario Extra.

P. ¿Cuál fue el indicio o situación que permitió definir el estilo periodístico ha caracterizado a diario extra?

R:Esto Viene desde finales del siglo XIX principios del siglo XX cuando se nace o comienza el auge de los diarios populares con dos figuras sumamente representativas del periodismo moderno por decirlo de alguna manera el uno es Joseph Pulitzer y el otro Randolph Hearst, ellos arman la guerra entre estos dos periódicos, el New york World y New York Journal, quienes rompen el esquema tradicional del periodismo, de los periódicos de referencia para realizar historias y reportajes del submundo en Estados Unidos de esa época, todo esto no fue bien visto por los “grandes medios” porque comenzó a tener un tiraje tan alto y un aceptación tan fuerte en la gente debido a que era un período que hablaba de sus problemas, de lo que estaba ocurriendo quienes se visibilizaban de alguna manera, no necesito hablar sobre políticos ni personas influyentes para poder estar tan alto, así que lógicamente ¿Qué es lo tenían que hacer estos periodistas tradicionales? Obviamente hablar mal de esa tendencia que se mercadeaba con la sangre, cuando ocurrió lo contrario esas personas que no salían en los periódicos, de ese mundo que no se hablaba, se comenzó a hablar a través del mecanismo lícito que es a través de los periódicos y los periódicos tienen que venderse por supuesto sino de que

viven los periodistas todo esto viene a tergiversarse después, ante todo en el siglo XX con Los Grandes empresarios de medios que hablaban de que eso no es periodismo, hablar de lo que está ocurriendo con esta gente no es periodismo que es otra cosa. El periodismo sensacionalista es un género válido porque se encarga de gritar las voces de buscarle el punto que pueda despertar una sensación de lector para que lo compre para que se identifique y para que lo lea entonces tienen tanto éxito estos periódicos y comienzan a relegar a los otros y es ahí cuando se entiende qué se descalifica este tipo de diarios, finalmente todos terminaron teniendo uno, el comercio con últimas noticias, el universo con el súper, siguiendo la línea editorial sensacional que tiene el primer periódico sensacionalista del país nosotros el Extra que tenemos 43 años en el mercado y durante todo este tiempo todos estos periódicos nunca nos hicieron caso y denostaban el estilo, finalmente luego sacaron otro periódico y dijeron Que era un diario popular que no era sensacionalista siempre buscando pretextos para finalmente terminar haciendo lo que hacíamos nosotros. Creo que este estilo, este tipo de producto ayuda muchísimo la gente porque es una manera de alertar de lo que está ocurriendo con su propia política pública, la Crónica roja no es algo que surge porque sí, no es un tema gratuito nadie mata porque le da la gana nadie se levanta y dice hoy me voy a jalar unos cinco porque estoy aburrido ¡no!, Esto no es así esto tiene que ver por la falta de políticas públicas, por la falta de asesoría, de educación, por la falta de acceso al trabajo, por la falta de acceso a la salud también, y muchos se dan por problemas psicológicos mentales que unido a todas estas carencias convierten a una persona en una bomba de tiempo y lo tenaz es que esto ocurre en lugar público, ahí donde se rompe el tema de lo privado, hay personas que piensan que la muerte es un tema privado, la muerte es un tema privado cuando ocurre en circunstancias naturales, en la casa de una persona, así no podemos hacer nada, pero, cuando la muerte se la convierte en un hecho de conmoción entonces, nosotros los medios

tenemos que decirlo cómo es, cómo ocurrió por más desagradable que sea, así tiene que decirse porque es antiético también disminuir la intensidad y decir que el hecho no ocurrió tanto sino que fue así para no dañarle el desayuno a la gente entonces entendiendo el fenómeno se lo puede combatir sino no se entiende el fenómeno, no existe, se anula entonces ahí tenemos problemas. El gobierno anterior nos puso en una situación bastante complicada porque comenzó a teorizar sobre lo que el gobierno quería que sean los medios, además creo un antecedente en los medios para justificar su propia política que finalmente terminó en una ley de comunicación que sirvió sólo para consolidar su proyecto político no para democratizar la comunicación ni para ayudar a la gente ni nada por el estilo imponiendo leyes como por ejemplo la rectificación, el derecho a la réplica que siempre ha existido en los periódicos además confundiendo a la gente con el concepto de la intimidad, cuando usted traslada la intimidad a los lugares públicos, ya deja de ser íntimo Entonces es ahí donde Nosotros hemos ido protagonizando nuestro modo, todo mundo dice o cuestiona pero igual lo leen, saben lo que pusimos en la portada, cómo nos referimos a una cosa cuando tú le preguntas usted lee el diario extra te dicen no, no lo leo, pero, saben lo que hay en la portada por lo menos así que todos lo hacen y unos están de acuerdo y otros no.

P. ¿Cuál es el tiraje aproximado que presenta el medio en Guayaquil y en Ecuador?

R: Nuestro tiraje es nacional tenemos todos los días las cifras en la portada pero el promedio nuestro va de 130000 a 100000 periódicos, dependiendo el día, de cómo esté la situación. La crisis de los medios ha llegado a Ecuador en poco tiempo nosotros no creemos que tenga que ver con la tecnología como el internet, el problema es que tenemos que reinventar el periodismo, tenemos que comenzar a ver Cómo seducir a una vez más a la gente ya que la propia comunidad es un reportero en la calle, entonces, ellos se

encargan de informarte de primera mano a través de las redes sociales a través de todos los mecanismos que se puede sobre lo que ocurrió en tal sitio, un periódico se encarga de abrir al día siguiente con un hecho que ocurre a las 8 de la mañana del día anterior que todos lo comentaron, que lo pasaron en la televisión, en la tarde lo siguieron comentando entonces al día siguiente no les ofreces nada nuevo y es ahí cuando estás en problemas, la misión de nosotros no es contarle el que porqué debido a que ya lo saben sino es el cómo pasó esto que causo tanto interés en la gente. Los lectores ya no son como eran antes, más pasivos ahora los lectores son activos, lectores te piden, te cuestionan y eso está bien, los medios tenemos una propuesta de la sociedad por eso mientras más medios existan es mejor ya que tienen múltiples maneras de leer el mundo, tú verás con cuál te queda con cuál te gusta eso ya queda a democracia de cada uno. Los lectores son los psicólogos hablando de un análisis general, en donde te piden reformas, nuevos ejes, nuevos enfoques, te piden eso, ellos lo ven de esa manera y eso nos parece súper bien entre más involucras a los lectores, mientras más caso les hagas, es mejor, recuerdo cuando entró en vigencia la palabra “montubio” por ejemplo ya no se escribía con b y sino con v Entonces cuando comenzamos a escribirlo con v los lectores nos escribían insultándonos que éramos unos ignorantes, que no sabíamos nada entonces yo cómo Editor general me encargaba de responder esos mails explicando la reforma y me agradecían, entonces, es bueno que la gente participe para eso existimos no para dar entender que tenemos la última palabra.

P. ¿Qué público objetivo de lectores, considere el medio que consumen sus noticias?

R:Nosotros tenemos una audiencia digamos múltiple pero nuestro lector promedio va entre los 30 años y 50 años en su mayoría no todos pero un poquito más de la mitad son hombres, las mujeres ahora participan muchísimo más lo cual para mí es muy grato

saberlo porque las mujeres también tienen esa capacidad de elegir por ejemplo, recibí una carta de una señora que dice porque no arreglan el lunes sexi y dan consejos para ser sexi en mi casa y me encantó porque era una persona participativa que no tenía miedo a ser sexi que no tenía prejuicios, a mí me han cuestionado mucho el tema de lo sexi en el caso de la mujer esos conceptos de lectoras de los setentas del feminismo setentero que pensaban que las mujeres había que decirles que tenían que hacer, yo no puedo decirle a las mujeres que tienen que hacer, que tienen que ponerse, no se puede imponer, es una posición machista entonces hay mujeres que se dedican al modelaje, el modelaje algo lícito, ella modela una ropa y muestran su cuerpo, porque nos avergonzamos del cuerpo de una mujer y entonces esta señora me dijo yo quiero que me dé consejos para ser sexi yo quiero parecerme a una de estas chicas entonces ahí comenzamos a pensar en cómo ser sexi que hacer, que ponerse, que no usar, yo qué sé, ahora tenemos la nueva sección que se llama sexy Fit donde le enseñamos rutinas de ejercicios para el abdomen las piernas esto es gracias a las mujeres y así se construyen los periódicos.

P:¿Podría variar el lunes sexi con algún personaje masculino tal vez?

R: Lo hicimos alguna vez con una sección que se llamaba los miércoles de calentura y poníamos a hombres con buen cuerpo y calzoncillos pequeños pero no dio buen resultado

P. ¿Quizás por la minoría de lectoras?

R:no creo que sea por eso, más bien creo que es porque las mujeres no van a una tienda y dicen deme una revista de Playboy y es muy complicado todavía, aparte que el que compraba el periódico era el marido, él no le iba a llevar un hombre así porque simplemente es una visión machista de la vida así que no resultó no tuvimos una retroalimentación que diga que bestia qué bien diario extra, se pidió y se hizo pero creo que nosotros los hombres no tenemos mucha suerte en ser sexi digamos así.

P. ¿Cuán importante considera usted que es para el medio, la publicación de sus titulares característicos de crónica roja, que abarcan el actual contexto social que se vive?

R: Importantísimo porque es una manera de enganchar al lector pero sin sonar groseros nosotros si popularizamos el lenguaje de la noticia para que sea más cercano, por eso la gente le gusta disfrutar los titulares porque son como, ellos hablan vienen exactamente de esa concepción de lo primero que una persona dice cuando hay un accidente, ellos se sienten muy cercanos a eso y es sumamente importante porque un titular frío un titular lejano un titular que no le diga nada al lector seguramente no va a tener el mismo efecto

P. ¿Qué sensaciones, sentimientos o actitudes buscan provocar con las imágenes y titulares que publican?

R: Busca la atención de las masas, conmover, alarmar porque para nosotros es sumamente alarmante que el índice de mujeres asesinadas por sus maridos haya subido, la violencia contra la mujer sea constante, cuando yo hablo de la violencia contra una mujer me dicen pero ustedes son violentos con las mujeres con el lunes sexi pero yo no insisto a nadie, para mí es muy escandaloso eso que niñas de 14 o 15 años sean violadas por sus padres, no se olvide hace un tiempo uno o dos meses en un colegio de la capital que 41 niñas habían sido abusadas sexualmente por un profesor y había que decirlo con todas sus letras entonces, pretendemos conmove,r alarma, llamar la atención y decirles Oiga cuidado que aquí te están matando por robarte los zapatos quién le diga que los periódicos, los periodistas estamos para educar se equivocan nosotros no estamos para eso, estamos hechos para informar, esa es nuestra misión, la educación déjenla para la universidad, su casa, su mamá estamos para informar entretener esa es nuestra misión es nuestra propuesta.

P. ¿Qué distingue al Diario Extra de los otros medios impresos con redacción afín?

R: La frontalidad nosotros no pretendemos estar en la mitad, nosotros no somos o somos y la verdad que nosotros somos. Cuando tenemos que decir algo lo decimos con todas sus letras, con la foto que es y no pretendemos minimizar y ponerle aquí un corazoncito para qué no lo vean feo, eso hacemos, a nosotros nos Define y nos diferencia la manera de decir las cosas qué es frontal le duela a quien le duela le joda a quién le joda por qué es lo que está ocurriendo en la ciudad así sea demasiado feo sea demasiado trágico y además hay mucha gente despistada que no rechaza el hecho sino que se haya publicado, qué le vale un pepino que violen a las niñas en la calle y dicen ay cómo van a publicar eso y le damos vuelta a la misma pregunta si nosotros dejáramos de publicar periódicos ¿Seguiré ocurriendo lo mismo? eso es un SI así que no pueden cuestionar al periódico porque es un medio a través del cual la gente se informa de lo que está pasando en su país.

P. ¿En qué se diferencia el sensacionalismo del amarillismo a partir de su criterio profesional?

R:El amarillismo es crear noticias falsas le voy a hacer un ejemplo para que usted me entienda mejor yo en este momento salgo a la calle a mira el cielo y comienzo a señalar las nubes, psicológicamente voy a inducir a 2 personas más que pasan por ahí y despertar su curiosidad, han de decir qué está haciendo este tipo y se van a unir a mí y les voy a decir que hay un OVNI que se está metiéndose entre las nubes y automáticamente vendrán muchas personas más y miraran alrededor, muchos de ellos se sugestionar tanto que comenzarán a ver cosas donde no hay para esto antes de hacer el ejercicio yo me pongo de acuerdo con el fotógrafo y le digo cuando veas una cantidad de persona que sea lo suficientemente importante alrededor mío entonces haz la foto, entonces él tomará la foto cuando haya un grupo grande y yo al día siguiente pongo en la portada ovni sobre

Guayaquil, tengo la foto, la gente lo está viendo entonces van a pensar que pasó pero eso me lo inventé yo, eso es el amarillismo. El sensacionalismo nunca miente, causa sensación a través de la tipografía, los colores, fotos de los títulos, para activar los sensores del ser humano, para crear sensaciones tanto como se nos permita y es ahí donde la gente repite como lora todo lo que le dicen, nos dicen sensacionalista, nos dicen amarillista. Entonces ¿qué mismos somos y si yo les preguntó a esas personas qué es el sensacionalismo y que es el amarillismo no me responden porque usan estas palabras que no conocen y ni siquiera en las universidades le enseñan la diferencia porque ni los profesores lo conocen. Hay un premio que se llama premio Pulitzer a la calidad del periódico y Pulitzer es quien creó esta moda entonces, todos quieren ganarse uno, eso es todo el desconocimiento de las personas. Por eso yo me río cuando me dicen usted permitiría que su hija le vaya y pose para el lunes sexi y tal y aquí hay un tema legal en donde los menores de edad no pueden hacer este tipo de trabajo pero si mi hija cuando ya llegué a su mayoría de edad decide hacer modelaje yo no puedo decir ni sí ni no ya es mayor de edad y sabe qué hacer.

P: Y eso está bien porque nosotros somos libres de tomar decisiones

R : Sí pero eso no es lo que quiere el gobierno por eso ha puesto una ley de cómo tenemos que publicar las noticias que es lo que tenemos que publicar porque si no te sancionan y sino públicas también lo hacen, es ahí cuando ya dejamos de ser inteligentes y me preocupa que los estudiantes de ahora se formen con una ley de comunicación que piensan que es una ley total con esta, tenemos una nueva generación de periodistas que no entiende lo que es el periodismo sino que van a relaciones públicas. Entonces mi pregunta es que sucede si se acaba la generación de periodistas en nuestro país, porque, somos pocos los periodistas que hacemos esto y es mejor para el gobierno porque pueden hacer sus cosas sin que nadie les diga nada.

P. ¿Considera usted que el estilo que plantea diario Extra bordea el sensacionalismo de forma tácita apegada al concepto clásico, o existe alguna definición implementada por el medio que brinde una concepción diferente?

R: No Bordeamos nada, nosotros somos sensacionalistas no es que vamos por el borde ni vamos viendo, nosotros somos sensacionalistas en todo el sentido de la palabra ya le expliqué por qué.

P. ¿Considera usted como editor general de diario Extra, que su medio ha marcado o trazado un auge en la línea editorial cronista dentro del país?

R: Sí claro hemos hecho muchas revelaciones interesante, nos hemos metido en cada una de las ciudades ecuatorianas para dar las cosas que están pasando, somos el primer medio que contó que era la “H”, cómo se consumía y los efectos que tenía en el organismo, ni siquiera la policía lo sabía. Primero hemos hecho historia, segundo la marca es tan fuerte que todo el país conoce el diario extra usted se va a cualquier sitio y dice el diario de extra y te responde ah sí, el diario de Crónica roja entonces lo hemos hecho bien, eso es periodismo. El periodismo tiene que estar hecho para todos no para una élite ni para unos poquitos, yo quisiera que este tipo de cosas se estudie en universidad por ejemplo, existen profesores solventes capaces de no estigmatizar las cosas por el desconocimiento sino que logre entender y que lo ubique en un contexto histórico de Cómo nació, para que nació y cómo se desarrolló en Latinoamérica y que después sólo tenga a debate a los estudiantes pero yo veo que esto no ocurre, esto no pasa, los estudiantes de comunicación social deberían estudiar lenguaje y comunicación desde el primer año hasta el último, no pueden existir periodistas que no sepan escribir, que no sepan qué es el tratamiento por ejemplo cuando matan a alguien, que es lo que ocurre, son tan despistados que hay algunos profesores que piensan que nosotros como se dice que violamos la escenas de crímenes

porque nos da la gana yo conozco a uno que escribió un libro que se llama “extra las marcas de la infamia” qué fue Fernando Checa, decía que nosotros cuando llegábamos tarde cogíamos al muerto para tomarle la foto y nos íbamos, eso está prohibido, en un procedimiento legal porque el que intervenga en la escena del crimen es cómplice del tema o que le poníamos salsa de tomate a los cadáveres para hacer más sangrientos unas cosas que yo he oído del periódico pero de horror, dignas de un puñetazo en la boca, pero, también entiendo que esto tiene que ver con la ignorancia, un estudiante no exige que en la universidad le enseñe Cuál es el método legal sobre un crimen, Cómo se hace el levantamiento del cadáver, quien tiene que asistir, cuál es el procedimiento para averiguar cómo murió esa persona si no sabes qué fue lo que pasó no puedes contar una historia, no sabes cómo hacer una indagación previa cuando se convierte en instrucción fiscal, cuando se convoca audiencia, cuando hay sentencia es terrible ahí está Cómo es el proceso de Crónica roja eso no es un show qué es lo que le dicen los profesores por lo general sí yo les pongo a hacer una nota y Crónica roja no me van a traer ningún boletín entonces yo simplemente me río de ellos y espero que no sigan educando a generaciones como ignorantes y que vayan aprendiendo el periodismo, la redacción porque las universidades no lo hacen y si seguimos la ruta de la ignorancia vamos a seguir usando frases cliché eso le vamos a enseñar a las futuras generaciones que repetirán que el diario extra qué le sale sangre que no tienen idea de que es el sensacionalismo, el amarillismo, como se incursiona y no saben cómo ocurrió la guerra del periodismo en Estados Unidos, no entienden nada. Yo espero que esto cambie algún día y que las universidades en algún momento se decidan porque en una facultad de periodismo donde no exista una sala de redacción, no existe un estudio de radio, un estudio de televisión y ahora un macroestudio de medios digitales, entonces, no puede ser una facultad de comunicación porque no tiene los implementos necesarios y es que los estudiantes no piden tampoco.



Encuesta 1: Estacionamiento Pedro Carbo Noboa



Encuesta 2: Parte interior UPC Víctor Manuel Rendón



Encuesta 3: Parte exterior UPC Víctor Manuel Rendón



Encuesta 4: Av. 9 de Octubre



Encuesta 5: Zona Bancaria BIESS



Encuesta 6: Instituto Tecnológico Bolivariano



Encuesta 7: Parque Pedro Carbo



Encuesta 8: Corporación Financiera Nacional



Encuesta 9: Hemiciclo de la rotonda



Encuesta 10: Zona Bancaria Procredit



Encuesta 11: Iglesia La Merced



Encuesta 12: Hotel Ramada



Encuesta 13: Estatua Parque Pedro Carbo



Encuesta 14: Av. 9 de Octubre



Encuesta 15: Zona Bancaria Banco Guayaquil



Entrevista a Juan Manuel Yépez

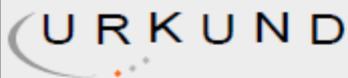


Entrevista a Juan Manuel Yépez



Entrevista a Juan Manuel Yépez

Antiplagio URKUND es de 3%



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Ivanna Di Luca.docx (D30843516)
Submitted: 9/27/2017 11:23:00 PM
Submitted By: jvillavicencios@ulvr.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

TESIS COMPLETA.pdf (D21924541)
Miguel 2.docx (D18765453)
TANIA GOMEZ TESIS UNIV. LVR.docx (D23166332)
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3347/1/T-UCE-0009-267.pdf>

Instances where selected sources appear:

11

DIARIO EXTRA	
FECHA	TITULAR
09-ene-17	“Investigan si cuerpo hallado en acantilado es de Notario de Manta”
21-ene-17	“Encontraron muerto en una vivienda a ‘Juanito’”
27-feb-17	“Joven terminó ahogado por salvar a una amiga”
28-feb-17	“Seis muertos y varios heridos se registraron en Carnaval”
19-mar-17	“Joven colgó sus penas con una cuerda, en Quito”
31-mar-17	¡Ahogado, quemado y descuartizado!
23-abr-17	“Sangre en la vía, pareja muere arrollada”
28-abr-17	¡“Fue violada por su propio nieto”!
29-may-17	“Dos sujetos asesinados en Naranjito por supuesta venganza”
31-may-17	“El cadáver hallado en el río Jubones pertenece a taxista informal desaparecido en Cuenca”
14-jun-17	“Cooperativa 5 de Diciembre en Pascuales a oscura por accidente de grúa”
26-jun-17	“En Santa Elena, un accidente de tránsito deja un motociclista fallecido”
28-jul-17	“El arte de retratar la muerte”
29-jul-17	“Cinco crímenes brutales cometidos en la semana”
17-ago-17	“Entre fetos, cadáveres y mascotas muertas”
21-ago-17	“Los orgasmos ‘brillantes’ son posibles”