

# **UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

Crónica de las notas rojas en diario *Extra*: análisis de las portadas desde la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación  
Proyecto de investigación

**Diana Karolina Asimbaya Salas**

**Periodismo Multimedios**

Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de licenciada en periodismo multimedios

Quito, 11 de mayo de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES  
CONTEMPORÁNEAS

HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**Crónica de las notas rojas en diario *Extra*: análisis de las  
portadas desde la aplicación de la Ley Orgánica de  
Comunicación**

**Diana Karolina Asimbaya Salas**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Eric Samson, M.A.

Firma del profesor

---

Quito, 11 de mayo de 2017

## **Derechos de Autor**

Por medio del presente documento, certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: Diana Karolina Asimbaya Salas

Código: 00111887

Cédula de Identidad: 1720960127

Lugar y fecha: Quito, abril de 2017

## Agradecimiento

A mi familia por apoyarme a lo largo de la carrera.

A mi papá por convertirse muchas veces en  
camarógrafo y reportero.

A mi hermano por creer en mi e impulsarme  
a seguir periodismo.

Finalmente a Juan Esteban quien  
fue un pilar de apoyo, compromiso y amor.

## Resumen

Este trabajo pretende mostrar cómo, en diferentes lapsos de tiempo desde junio de 2013 hasta hoy, cuando se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación, cuando entró en vigencia su Reglamento y cuando los distintos medios han publicado sus códigos deontológicos, diario *Extra* ha transformado cuantitativa y cualitativamente la presentación de sus crónicas rojas de primera plana. Para ello, se registra un debate alrededor de la crónica roja como un género representativo de la prensa, se reconstruye la historia de *Extra* como el diario más vendido del país y se aplica una metodología de análisis de contenido a sus notas de portada. Se concluye que ha habido cambios de forma (número de letras) y de fondo (lenguaje melodramático). Varias tesis se han realizado sobre casos específicos, titulares y contenidos polémicos cubiertos por el diario. Finalmente, se espera analizar cómo el diario hace frente a sanciones y cuantas de ellas han sido justificadas.

**Palabras clave:** Crónica roja, sensacionalismo, amarillismo, melodrama, LOC, ética, deontología

### **Abstract**

This paper aims to show how, between June 2013, when the LOC was approved, and today, the newspaper Extra transformed its editorial line and specifically its presentation of the red chronicle. Also, to present the history of the chronicle as a journalistic format, its arrival in Ecuador and understand the main characteristics that explain why Extra is the best-selling newspaper in the country. Additionally, design issues are discussed. This paper investigates how useful are the codes of ethics for the media and confirms the only change in content level that was modified. Throughout the work, the change in number of notes will be required in 2013, 2014 and 105. The order of the most treated sections in the six categories: judicial, police, entertainment, sport, variety and culture is also discussed. Finally, it is determined by the samples the specific language used to reach the popular actors, these being three: melodrama, sensationalism and amaryllis.

#### **Key word**

Red chronicle, melodrama, Extra daily, LOC, codes of ethics

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción .....	pág. 9
2. Problematización .....	pág.13
3. Justificación .....	pág.19
4. Pregunta de investigación .....	pág.20
5. Objetivos .....	pág.20
5.1 General .....	pág.20
5.2 Específicos .....	pág.20
6. Marco referencial .....	pág.21
7. Marco legal .....	pág.27
8. Diseño metodológico .....	pág.31
<b>9. Capítulo 1: La crónica roja, un género que busca dar voces a los relegados</b>	
9.1 Historia de la crónica roja .....	pág.32
9.2 El lenguaje de la crónica roja frente a otros género.....	pág.32
9.3 La prensa de crónica roja en Ecuador .....	pág.39
9.4 Diario Extra y la crónica roja .....	pág.41
<b>10. Capítulo 2: Diario <i>Extra</i> es historia, calidad y estructura</b>	
10.1 Historia .....	pág.44
10.2 Características .....	pág.44
10.3 Estructura .....	pág.47
10.4 Portada .....	pág.52

10.5 Lenguaje visual .....	pág.53
<b>11. Capítulo 3: Análisis de 31 portadas entre 2013, 2014 y 2016</b>	
11.1 Gráfico 1: Total de notas de portada por año.....	pág.58
11.2 Gráfico 2: Total de notas por sección.....	pág.59
11.3 Gráfico 3: Secciones por portada .....	pág.60
11.4 Gráfico 4: Definición del tipo de lenguaje.....	pág.62
11.5 Ejemplos de titulares melodramáticos en 2013,2014 y 2016 .....	pág.63
<b>12. Conclusiones .....</b>	<b>pág.67</b>
<b>13. Referencias bibliográficas .....</b>	<b>pág. 70</b>
<b>14. Anexos .....</b>	<b>pág.76</b>
14.1 Hoja codificadora.....	pág.77
14.2 Hoja matriz .....	pág.100
14.3 Titulares .....	pág.101
<b>15. Productos comunicacionales</b>	
15.1 Manual de buenas prácticas.....	pág.103
15.2 Reportaje 360 .....	pág.137
<b>16. Entrevistas .....</b>	<b>pág.152</b>
<b>17. Presupuesto .....</b>	<b>pág.154</b>
<b>18. Calendario .....</b>	<b>pág.155</b>



## Introducción

La crónica roja no solo es vista cómo un género periodístico que permite narrar una historia de forma atractiva para lograr captar el interés del lector sino que, a su vez, se convirtió en la plataforma de las zonas populares que cuentan con nuevos actores olvidados por las agendas elitistas de los medios, un análisis de estos conceptos hace Londoño en su tesis “ La chica mala del periodismo”:

La crónica roja es un género periodístico ambiguo: por un lado representa el periodismo sensacionalista, es decir, la sobre exposición de acontecimientos violentos o comportamientos excesivos, y por el otro construye una manera de informar que establece una nueva relación entre violencia y medios; provocando la aparición de temas ignorados o informados superficialmente en la agenda pública (Londoño,C,2013,p.34).

El elemento que da vida a la crónica no solo tiene que ver con estos actores populares porque cual es el sentido de una historia con buenos actores, pero con un mal guionista. El periodista en la redacción le da a los sujetos la libertad de presentarse con su esencia, pero es él quien resalta las características que le dan relevancia a la narración como lo analiza Gálvez en su trabajo *Sensacionalismo, valores y jóvenes: el discurso y el consumo de dos periódicos bolivianos de crónica roja*

El sensacionalismo implica, entonces, una deformación y manipulación interesada de la noticia, su “espectacularización”, sin importar que resulte escandalosa, morbosa, espantosa o indiscreta. Ese comportamiento

comunicativo de exageración es tanto de carácter cuantitativo como cualitativo, es decir, de forma (grandes caracteres tipográfico, profusión de fotografías y dibujos, mucho color) como de contenido ( demasiados detalles y redundancias, en un estilo casi novelístico y melodramático). Muchas veces, provoca la noticia si no la hay (Gargurevich citado por Gálvez,J,2003,p.5).

La suscitación de la noticia estaría en su estilo. El melodrama es el lenguaje común para tratar las crónicas rojas en latinoamérica porque sirve para contar la realidad de las personas marginadas como se menciona en la tesis “ El Extra : las marcas de la infamia aproximaciones a la prensa sensacionalista” de Fernando Checa:

El melodrama, en definitiva, ha sido una forma de expresión de la «cultura profunda» latinoamericana, de la «ciudad real» opuesta a la «ciudad letrada», de la ciudad de las muchedumbres, del populacho, de las «masas incultas»; todo ello en el marco de conflictivas y violentas urbanizaciones, donde proliferan prácticas «neoculturales» que emergen en el enfrentamiento con una modernidad impuesta en espacios de heterogeneidades multitemporales (2003,p.36).

Las características antes mencionadas son evidentes en el estilo de diario *Extra*, que es parte del objeto de estudio del presente trabajo, pero no son las únicas. Por la temática que trata el medio muchos podrían creer que la credibilidad del diario no tiene un nivel alto. La realidad es que *Extra* durante los 40 años en el mercado ecuatoriano es avalado porque sus fuentes son directas: morgue, policías, criminalística o jueces

porque estos sujetos poseen los datos duros. Pero el factor más importante es cómo el diario se da a su audiencia, así lo describe Checa en “ El *Extra* : las marcas de la infamia aproximaciones a la prensa sensacionalista”

El *Extra* es generoso en espacios para el protagonismo de otras fuentes sobre hechos violentos; es muy común encontrar en sus páginas el testimonio de víctimas, familiares, vecinos y testigos; son otros puntos de vista que, muchas veces, contradicen las versiones policiales y, ulteriormente, coadyuvan en los procesos judiciales (2003,P.100).

El diario tiene una particularidad, este se acerca a nuevos actores y a su realidad, como menciona Katya Cevallos:

La prensa como EL “EXTRA”, destina poco a las noticias internacionales y más bien a personas anónimas que circulan entre sus páginas. Donde, los personajes no son protagonistas de los diarios serios, pero, encuentran en este diario su representación, el cual, se deforma y es superficial su cotidianidad (2013,P.31).

Otro factor que permite estudiar a *Extra* es la terminología que usa para lograr llegar y estar a la par de su audiencia. Este es un elemento básico de la crónica roja en general, pero está va variando en cada medio para lograr mover algún sentimiento en el lector como menciona Jaramillo:

El sensacionalismo debe ser entendido en el contexto que los productores y periodistas de *Extra*, ya que cotidianamente ellos utilizan este término y lo

conciben en general como aquello que apela a las sensaciones. Es decir, se convierte en una suerte de apelación a las tecnologías del alma de los lectores, lo que supone una mixtura entre sensiblería y realidad (2010,P. 43).

La crónica roja, entonces, ha sido estudiada académicamente. En el caso de la prensa escrita, diario *Extra*, por ser el más representativo, ha sido visto en sus características y contenidos. También en cómo ha sido afectado por la aplicación de la LOC, sin embargo, no se ha registrado los cambios en el tiempo que han sufrido sus crónicas desde que está vigente el marco legal para los medios ecuatorianos.

## Problematización

Las pugnas entre la ley y los medios se han ido agravando desde 2013. En este año se aprueba la Ley Orgánica de Comunicación, propuesta que presentó el asambleísta Mauro Andino. La ley se aprobó con un total de 108 votos. Ifex<sup>1</sup> sintetiza los puntos más tratados en la LOC basados en textos de Fundamedios:

- Códigos y normas deontológicas que vulneran el principio por el cual, en ningún caso, las conductas éticas pueden ser impuestas por los Estados.
- La censura previa a través de la figura jurídica de "linchamiento mediático", por la cual se prohíbe la difusión de información ligada a conceptos vagos y subjetivos.
- La creación de una Superintendencia de Información nombrada a partir de una terna enviada por el Presidente de la República, con funciones de fiscalización y sanción a medios de comunicación y periodistas.
- La conformación de un Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con representación exclusiva de los poderes públicos y sin representantes de la ciudadanía y de los medios de comunicación social.
- La facultad del Consejo de Regulación de expedir reglamentos que contengan sanciones, rompiendo con el principio de legalidad consagrado en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos

---

<sup>1</sup> IFEX busca promover y defender la libertad de expresión como una red que toma en cuenta a todos: trabajadores de medios, periodistas, ciudadanos, académicos. La red colabora de forma local y global: la página se maneja en inglés, español, francés y árabe.

vigentes en Ecuador .

- La imposición de contenidos y cuotas de programación a los medios de comunicación (2013).

Es cierto que la LOC tiene cosas ambiguas, pero también hay aciertos. Entre ellos tenemos los mencionados por Fernando Checa en el texto de CIESPAL “La democratización de la comunicación y la información en América Latina”.

La creación de los códigos deontológicos y la defensoría del público eran necesarias para la orfandada audiencia, así como la aplicación de la rectificación y replica que le permiten amparar y defender a la ciudadanía.

La división radioeléctrica : 33% medios públicos , 33% medios privados y 34% medios comunitarios “permiten pluralizar las voces, las imágenes, los pensares y sentires”(Checa,F,2013,p.14). Además, se asegura la pluralidad en el artículo 113 para evitar monopolios.

Dispone la programación de la menos el 60% de contenido nacional, a su vez , la música deberá representar 50%, dando un amplio espacio a la producción ecuatoriana.

Se asegura que no debe haber censura previa, pero esto garantiza que el periodismo con responsabilidad ulterior.

Estos artículos son resumidos por Checa para dar otra perspectiva de la LOC.

Las sanciones, estas han crecido para aquellos medios independientes del gobierno. Otros datos dados por *La Hora* muestran cómo a pesar de los cambios por la LOC varios diarios siguen en problemas.

En el país después de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), el trato de notas rojas ha cambiado, según investigaciones académicas. Diario *Extra* es un claro ejemplo de cómo la ley intenta redefinir lo sensacionalista cambiando la estructura de textos, titulares e imágenes para mantener la sobriedad en la información. Según datos del diario *La Hora* “ 633.000 dólares ha recibido el Estado de los medios en tres años.” (2016).

Un claro ejemplo es diario *Extra* que sin importar que su formato de 5 páginas de crónica se redujera a 3 tiene varias sanciones “ El ‘ranking’ lo encabeza Diario *La Hora*, que ha acumulado un total de 17 sanciones; seguido por Canal UNO, con 16; diario *Extra*, con 15; radio Fútbol FM, con 11; y Cayambe Visión, con 7 ”( 2016).

El diario en su mayoría incurre en amonestaciones por titulares, imágenes, su sección más cotizada por el público, “Lunes Sexy”<sup>2</sup>, y por falta de rectificaciones. Celi en su artículo sobre el balance de la LOC menciona casos puntuales “El diario *Extra* ha recibido cuatro sanciones de la Supercom. Las dos primeras fueron por los titulares de primera plana del periódico. La tercera, por no haber rectificado dichos títulos, y la cuarta por “el tratamiento sexista y estereotipado” que se da en el ‘Lunes Sexy’”( El comercio, s/f).

---

<sup>2</sup> “Lunes Sexy” es una sección de *Extra* que muestra a mujeres voluptuosas con poca ropa, El texto que rodea a la nota esta relacionada a lo que se dedica la chica y hobbies.

Luego de la implementación en 2013 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) muchos medios tuvieron que cambiar sus estructuras para evitar sanciones. Varias modificaciones en los medios causaron una baja notoria en sus audiencias. *Diario Extra* por manejar la crónica roja como tema central ha tenido algunas sanciones a pesar de su transformación. Por ejemplo, en 2007 el diario lograba vender hasta 220 mil ejemplares y en 2015 llega a los 150 , la cual es una baja considerable. El factor trascendental que pudo causar la baja en la audiencias se menciona en la tesis de Ricardo Centeno

“ Inclusive la sección de crónica roja, pasó de seis a cuatro páginas, es decir bajó en un 50 por ciento ya que se incluyeron nuevas secciones como Salud, historias de políticos, historias GLBTI y temas sexuales, los cuales tienen mayor aceptación dentro del público masculino” (2015,p.25).

Diario *Extra* a pesar de sus modificaciones ha tenido que enfrentar varias sanciones económicas y réplicas por contenidos erróneos. El esfuerzo del diario es notable porque en varios análisis el *Extra* hubiera recaído en 157 en 2012 a diferencia de lo que ha pasado desde la implementación como lo asegura Esteban Rubio en su tesis:

“ En ese año existieron 56 infracciones a la LOC, de las cuales 19 fueron realizadas luego de la aprobación, cosa que significa que disminuyó el ritmo en el número de infracciones desde su aplicación. El artículo más infringido de este año fue el 66 con 23 omisiones que representan el 41% de todas las inobservancias. Las violaciones al artículo 61 descendieron notablemente en este año, teniendo un total de 12, que constituyen el 21%. El artículo 71 fue



transgredido 14 veces, lo que equivale al 25% del total. Finalmente, el artículo 10 fue infringido 7 veces, lo que significa el 13% de todas las violaciones” (2014,p.20).

A pesar de seguir varios lineamientos establecidos por la LOC, *Extra* ha tenido algunas sanciones. El inconveniente con el que el diario ha lidiado es el tema de réplicas por contenido erróneo, lo cual es subjetivo. Algunos medios tienen que regularmente realizar rectificaciones por notas, titulares o imágenes que difaman a personajes políticos. El artículo de la LOC que trata este tema llegaría a ser el más problemático porque contrapone la mirada subjetiva del medio y el público, como Franklin Jaramillo menciona

“ La LOC, asimismo, establece el derecho a la rectificación cuando lo difundido a través de los medios de comunicación no se ajuste a la verdad. Para el cumplimiento de este derecho se dictan tiempos y espacios que deberán ser acatados por quienes incumplieran esta derecho” (2014,P.29-30).

Para proteger el impacto de la LOC en su esencia el diario creó su código de Ética en 2013 por Gráficos Nacionales S.A y tratar de mantener su línea editorial sin mayor cambio. Este documento señala que:

- 1) Las informaciones debe ser de interés general.
- 2) Prohibido recibir regalos de las fuentes.

- 3) No cobrar dinero por publicar una noticia.
- 4) Sanción de chantajes, cobros por no publicar, valerse de la credencial y sus influencias, maquillar como noticias los publibreportajes, etc.
- 5) Sanción por uso de fotografías o usando material en trabajos particulares.

La LOC fue un duro cambio para los medios de comunicación. Varios tuvieron que cambiar parte de su estilo editorial para apegarse a lo que manda la ley. Aun así las sanciones no se han hecho esperar y el contenido ha cambiado para dar paso a secciones que antes no eran obligatorias, por ejemplo, cultural. Entre los diarios que han dado un giro a su esencia esta *Extra* que después de 40 años le busca un camino para seguir complaciendo a su público.

## Justificación

Con la normativa legal vigente, que en algunos casos se ha traducido en sanciones, los medios han tenido que hacer modificaciones y, entre ellos, *Extra* ha ido incorporando variaciones en sus crónicas roja sin perder su relación con sus lectores.

Luego de la implementación de la LOC el diario ofrece nuevas secciones: salud, historias de políticos, historias GLBTI y temas sexuales que son bien acogidas por su audiencia, pero ya no se tratan en mayor medida las realidades de los actores relegados por censura y sanciones .

Después de investigar varias tesis que se han realizado sobre diario *Extra* se puede entender que este medio tiene un alto impacto que merece ser analizado. Los temas más topados son sobre contenido, casos específicos, titulares, fotos o lenguaje. Estos puntos han sido de gran ayuda para conseguir referencias de que pasaba antes de la LOC y por ende mi tesis es pertinente ya que realizaré una cronología de cual es la realidad del medio con relación a la ley, ética y cambios en portada.

### **Pregunta de investigación**

A partir de lo anterior, este trabajo se pregunta: ¿Cómo *Extra* ha cambiado en algunos lapsos de tiempo los contenidos de portadas desde la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, su reglamento y código deontológico?

### **Objetivo general**

A partir de esa interrogante, el objetivo macro de esta investigación es:

Analizar en el tiempo los cambios de contenido de texto e imagen de las portadas de diario *Extra* después de la aplicación de la Ley de Comunicación, reglamentos y códigos deontológicos.

### **Objetivos específicos**

- Definir el estilo de las crónicas rojas de diario *Extra* como género periodístico en los años 2013, 2014 y 2016, que coincide con la aprobación de la LOC, su reglamento y el código deontológico de diario *Extra*..
- Identificar los cambios textuales e imágenes en los contenidos de portadas desde la implementación de la LOC, su reglamento y Códigos deontológicos, para mantener a su audiencia sin rebasar los límites que impone la ley.
- Registrar los cambios de contenidos internos y externos para mantener a su audiencia sin rebasar los límites que le impone la ley y qué significa para la producción de contenidos las normas que implementa la LOC para así clarificar cual es el verdadero aporte de esta con respecto a la comunicación

### **Marco referencial: Hacer crónica roja requiere talento para informar y narrar**

Cuando vemos el perfil de un periodista siempre buscamos como base un talento en redacción para que su estilo marque a la nota sin modificarla, claro está. Todos los géneros periodísticos tienen su toque especial, pero la crónica se lleva el premio con su “sazón”.

“La crónica es la ‘joya del periodismo’. Exige talento e inteligencia. Y más si el tema, el caso, la situación, el personaje o las circunstancias demandan cuidado y precisión. De hecho, los grandes maestros del periodismo reconocen a los nuevos talentos en las crónicas y se miran en ese espejo hasta para aprender de ellos” (El telégrafo,2011).

Una crónica por estructura es un relato espacio-temporal de una situación que se cuenta con detalles profundos para colocar al lector en la escena exacta. Estos espacios generalmente tienen que ver con eventos policiales, judiciales, violencia y asesinatos. Las personas por naturaleza se sienten atraídas por el suspenso, misterio y aquellas cosas que les dan una sensación de extraordinariedad a su cotidianidad. Según Germán Rey (2005), esto se debe a que el crimen tiene la condición de excepcionalidad que la noticia requiere para llamar la atención de lectores/as y audiencias, “ambos, crimen y noticia participan paradójicamente de algo común: de la irrupción que sobresalta las continuidades de la vida cotidiana” (p.74)

Entre los autores que miran a la crónica roja desde una perspectiva positiva se puede evidenciar que este género periodístico tiene una acogida en el público por el tipo de

temáticas que trata; además, la crónica seduce al comportamiento humano como Brunetti plantea:

“ La crónica despliega múltiples estrategias sometidas a la relación de seducción que crea el territorio del deseo y la curiosidad, especialmente la curiosidad mórbida que es una conducta moralmente condenada pero que habita en todos los hombres en grados diversos y es reprobada cuando domina los comportamientos humanos y se exhibe sin inhibición” (Brunetti,P,2011,p.11).

En general cualquier situación que agrupe elementos de violencia o seguridad captan el interés de todo individuo. El problema de estos dos términos es que al unirlos pueden causar en las personas un estado de permanente inseguridad del exterior y la crónica roja alimentaría este escenario, pensamiento que sintetiza Pantón en *Crónica roja en los medios de comunicación ecuatorianos: ¿un problema de seguridad ciudadana?*

“ En este sentido, la oferta mediática es definitiva en la creación de mentalidades e imaginarios que sobre la violencia establece la sociedad día a día, ya que, a través del tratamiento de la crónica roja como suceso, se ha conducido a la audiencia a una impresión exagerada de la amenaza y del peligro existentes en la realidad “(p.74).

La crónica presentaría una descripción cruda y hasta cierto punto exagerada de la realidad en la sociedad, pero es el miedo a la inseguridad y la curiosidad a temas de

violencia que hace de este género una ganga comercial. Según Pantoja, la televisión sería el medio comercial más fuerte para presentar la crónica puesto que cuenta con audiovisuales:

“ A través de este artículo se ha podido mostrar cómo la difusión de noticias sobre violencia se articula a la lógica comercial con que operan la gran mayoría de los medios de comunicación del Ecuador, especialmente en el caso de la televisión, ya que ésta posee gran sintonía y credibilidad debido a la inmediatez de sus mensajes y a la diversidad de imágenes que presenta ”(2008, p.80).

El coctel perfecto de la crónica sea a favor o en contra es una mezcla atractiva de narrativa, contexto, actores populares, morbo, misterio, violencia e inseguridad real y quizás creada. La esencia radica en el discurso que mueve a este género, el sensacionalismo es el que deja a un hecho al desnudo como menciona Pedroso:

“ EL discurso del sensacionalismo es repetitivo, vehemente y motivador. Afloran en él enfoques esencialmente subjetivos: de opinión, polémicos, panfletarios, justicieros, condenadores, salvadores, perseguidores. Vende los hechos desnudos porque los desvincula del contexto cultural, económico y político que los origina, abriendo entonces oportunidades a la exaltación de narrativas míticas y místicas acerca del destino del pueblo y del individuo” (Pedroso citado por Gálvez,J,2003,p.6).

Luego de conocer los puntos de vista de Brunetti, Rey, artículos del *El Telégrafo*, Pantoja y Pedroso se puede colegir que la crónica roja es un género que requiere de un estilo exquisito para narrar una historia realmente cruda por su naturaleza. El punto es dar a conocer hechos de actores populares en situaciones que los dejan al desnudo. Esta exposición puede llegar a ser morbosa, pero muchos autores reconocen que las personas por lo general se sienten atraídos por la crónica roja por un sentimiento de inseguridad al exterior; situación que se profundiza cuando pueden ver en medios cómo la violencia es “el pan de todos los días”. Se podría decir que la crónica alimenta el miedo al peligro de una sociedad, pero en realidad esta mal que la gente conozca que no solo en el exterior se cometen actos de crueldad. Sería preferible detectar que es lo que pasa en la esfera cerca de la sociedad, que las autoridades sepan que índices criminales aumentan y busquen soluciones. No solo se puede mostrar lo bueno en medios. No es posible pensar que se festeje la inauguración de un parque en algún barrio cuando en el mismo se da violencia de género, robo, drogadicción, etc.

La información debe ser sin ataduras no se puede exponer ciertos temas y aislar otros. Incluso en la LOC se ampara al periodista para que publiquen los temas sin importar su temática:

“ La nueva Ley Orgánica de Comunicación considera que ningún persona, sea este particular o pública, puede aprovecharse el cargo que ejercen para calificar una información, es decir nadie puede autorizar o desautorizar a una persona o medio de comunicación la publicación del contenido de su trabajo investigativo. La ley considera que los medios de comunicación tiene la



obligación de cubrir hechos de relevancia y si el medio de comunicación sea privada o pública deja de publicar como hecho noticioso, constituye censura previa, es decir si un periodista o medio de comunicación impide sacar a luz un hecho que constituye de interés de la ciudadanía, está dando lugar a un censura previa, y este tipo de actitudes será sancionada por esta ley y la Superintendencia creada para hacer cumplir lo tipificado en esta norma ”(Ninabanda,M,2015,p.65).

El único inconveniente para lo antes mencionado sería el abuso comercial de los medios para vender más y convertir una realidad en un circo. La principal protección es la ética profesional de cada periodista, además, del código deontológico de cada medio. Una buena solución en el país es que a pesar de exigir a los medios de comunicación la expedición de códigos deontológicos, el Art.10 incluye un total de 29 normas deontológicas cuya infracción implica amonestación por parte de la Superintendencia de Información.

Aquí entra un concepto importante que va más allá de la ley, medio o audiencia. La ética periodística es la conciencia que guía al periodista a la hora de escribir una nota. No se redacta solo para agradar a una audiencia o seguir la línea editorial de una empresa. El periodismo no busca únicamente complacer intereses individuales, sino que trata de cumplir su función que se basa en comunicar para ayudar a la sociedad. Se debe escribir con dignidad para no irse contra quien te lee y quien te paga. Este punto lo trata Francisco Rizzuto en la página de la Academia Nacional de Periodismo de la República de Argentina:

“ Reitero, el periodista debe ser veraz en su actividad profesional; una información debe respetar la integridad de quienes la protagonizan o de terceras personas, obteniéndose siempre con dignidad. Y el periodista debe servir a los intereses de sus lectores y de su empresa, respetando siempre los dos preceptos anteriores ”(s/f).

El periodismo en general trata de servir y esto lo consigue el periodista cumpliendo leyes propias y sociales. Como comunicador debe informar con verdad, claridad y precisión. Pero en cuanto a lo individual depende de sus valores para no equivocarse en el camino.

Aquí puedes mencionar que otros conceptos clave son las leyes y los códigos deontológicos, que los tratarás en el marco legal.

### **Marco legal**

Este se refiere a las bases legales que sustentan su objeto de estudio, aquí se debe comenzar por hacer referencia a la Ley Orgánica de Comunicación:

1. Artículo del reglamento que se refiere a la disposición de crear un Código deontológico por parte de todos los medios:

**Art.8.- Códigos deontológicos.-** los medios de comunicación presentarán por primera vez sus códigos de ontológicos a la Superintendencia de la Información y Comunicación hasta el 31 de diciembre del año en que entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación o hasta el 31 de diciembre del año de creación del medio de comunicación.

El manual de estilo o vía editorial forma parte del código de ontológico. Los medios de comunicación distribuirán sus códigos de deontológicos a todos sus trabajadores y colaboradores, y serán publicados en su página web si la tuviera.

2. Artículo de la Ley Orgánica de Comunicación que trata el tipo de contenidos que son prohibidos:

**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.

3. Artículo de la Ley Orgánica de Comunicación que busca determinar qué actos se consideran violentos:

**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.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omite cumplir con esta obligación.

4. Artículo de la Ley Orgánica de Comunicación que delimita los parámetros para publicar cualquier tipo de información:

**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.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas;
8. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación.

Los cuerpos legales que se presentan tienen que ver con la creación del código deontológico que dispuso el presidente en 2014, y los artículos de la LOC que tratan los temas discriminatorios, violentos y de responsabilidad de los comunes para darle el

trato adecuado a la información. Las disposiciones legales tomadas son pocas, pero guardan entre líneas temas que son que afectan la forma en la que se presenta una historia.

### **Diseño metodológico**

Esta investigación es descriptiva porque busca responder a la pregunta de cómo ha modificado *Extra* los contenidos de portadas desde la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, su reglamento y código deontológico. Para ello, se utilizará el análisis de contenido que encierra lo cuantitativo y cualitativo. Van Dijk definen a la primera que permite tomar la muestra para desmenuzarla en cantidad, atributos o frecuencia para mostrar los datos más duros:

Desde esta perspectiva su aplicación tiene que ver con la clasificación de las palabras según su significado, sus designaciones, frecuencias de atribuciones y que llevan a determinar el aspecto pragmático del contenido manifiesto, es decir, qué causas o efectos puede producir o produce (1999,p.106).

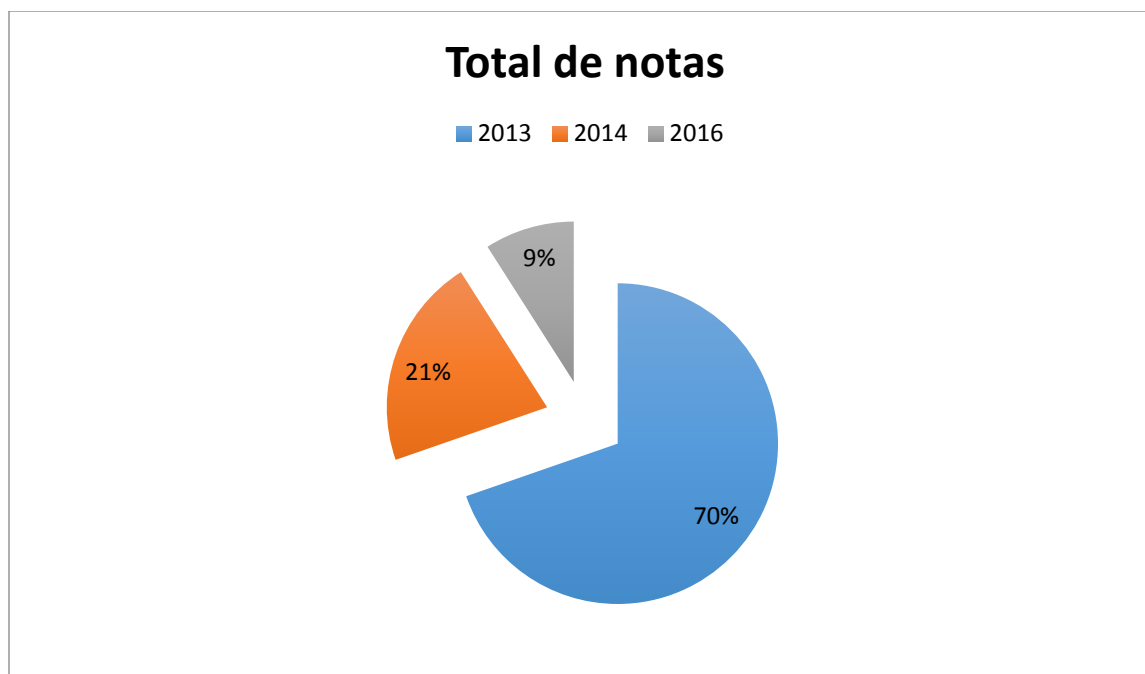
El mismo autor conceptualizan el análisis cualitativo con la parte simbólica del lenguaje que se traduce un discurso que determina la causa y efecto de los datos Vamos a englobar el término texto para especificar también sus niveles o las producciones discursivas, así como su intención-acción en el concepto relato” (Van Dijk,T ,1999,p.124) .

Además de eso se usarán las entrevistas en profundidad para complementar la información que arroje el análisis de contenido.

Mediante entrevista se buscó información desde la parte legal a través de un experto en la LOC de diario *El Comercio*. Henry Tobar, abogado del diario, nos aclaró como se manejó el reglamento de la ley, artículos importantes para los periodistas y principios básicos para la comunicación . El siguiente análisis se dió por medio de una entrevista

a Giselle Haro, una periodista con varios años de experiencia en crónica roja, para conocer su percepción del campo y tratar temas de adjetivos en texto, titulares, pie de páginas, fotos y narración. Además, una entrevista con el periodista deportivo David Centeno, quien esta en el diario nueve años y fue parte del 30S. Él nos hablará de su experiencia laboral y cual es la realidad del diario desde su perspectiva. En la parte cuantitativa se tomará como muestra las portada de toda una semana de 2013, 2014 y 2016. Al final serán 31 portadas. En cuanto a los niveles de análisis se aplicarán: 1) Datos de identificación para determinar el número de notas de portada y su relación con secciones y el enfoque principal. 2) Despliegue de la nota por página, tamaño de fotos para ver si han disminuido las notas y la forma de presentarse. 3) Contenido, considerando el lenguaje en sus titulares.





## Capítulo 1

### La crónica roja, un género que busca dar voces a los relegados

La crónica roja es un género periodístico que busca narrar cronológicamente historias que no son tratadas en las agendas mediáticas de los diarios elitistas. De allí que en este capítulo se pretende estructurar este género desde sus inicios, influencias y aportes a la sociedad. Además de mostrar cómo llega a Ecuador y por qué diario *Extra* ha desarrollado este género periodístico, dándole características específicas. A partir de ahí, en el próximo capítulo se abordará la crónica roja de diario *Extra*.

#### 1. Historia de la crónica roja

La crónica roja en general nace para contar las historias que no son parte de la élite y los medios formales. Principalmente se tomó el estilo de las novelas policíacas para narrar asesinatos o actos de violencia.

Este género existían desde que varios impresos populares se esparcían alrededor del mundo cuando en las distintas crisis políticas hacían que la gente busque un medio para expresar desde su realidad la problemática que vivían como menciona Brunetti:

“Al privilegiar la crónica roja rasgos de estilo que ya se encontraban en diversos impresos populares habría producido, en principio, un fuerte efecto de seducción en un lectorado posiblemente ajeno antes a las publicaciones diarias o, al menos, extranjero en un espacio gráfico demasiado preocupado en aquellas épocas por los intereses partidistas de la prensa facciosa y militante” (2011,p.3).

La gente se empezó a seducir por la crónica roja incluso antes de que esta existiera como tal. Con el avance industrial ya los medios podían ser posibles y por ende el manejo de géneros cobraba vida, es decir, el origen de la crónica esta en los conflictos sociales, los medios y se basa en narrativas policiales. De allí que se pueda decir que“ El lector es quien construye la demanda y consumo de la información” (Jaramillo, 2010, p.8).

Un dato bastante curioso es que el sensacionalismo que tan criticados es hoy en día, fue tomado de la narrativa policial que da el estilo a la crónica como explica Brunetti :

“ Algunos estudios de la década de 1980, como los de Guillermo Sunkel (1985) y Jesús Martin Barbero (1987), definieron el sensacionalismo tradicional, a veces llamado también primer sensacionalismo, como la adopción de estrategias en la narrativa policial heredadas de tradiciones

populares. Esto es, han señalado una línea de continuidad entre la literatura popular y la cultura de masas” (2011,p.3).

La llegada de la crónica roja en Latinoamérica iniciaría cuando Márquez empezó a usar en sus textos periodísticos algunos estilos literarios que dieron la pauta al resto como menciona Zimmerman:

“ Los ensayos de este tipo de periodismo también tuvieron referentes latinoamericanos como los trabajos del colombiano Gabriel García Márquez, quien introdujo los recursos literarios en sus crónicas periodísticas. Su más difundido libro sobre esta temática fue “Relato de un naufrago” escrito cuando en Estados Unidos esta técnica recién se iniciaba” (2011,p.18-19).

Las bases estaban dadas en cuanto a estructura, pero cada país le dio lo que los ecuatorianos conocemos cómo sal quiteña de acuerdo a su realidad y problemática temporal. En América los países fuertes en este género son México y Colombia.

En el caso de Colombia el sensacionalismo se inicia a finales del siglo XIX inspirado en Estados Unidos, como menciona Sergio Zapata León en la *Biblioteca Nacional de Colombia*:

“ La crónica de sucesos –también llamada roja, judicial o de policía-, nació con el periodismo informativo a finales del siglo XIX”, explica Maryluz Vallejo en su libro *A plomo herido* (2006), “porque los hechos de sangre y la tragedia pasaron a ocupar un lugar destacado junto a la política y la literatura”. Inspirados por la prensa sensacionalista de Joseph Pulitzer (New

York World) y W. Randolph Hearst (New York Journal) en Estados Unidos, algunos editores de diarios en Bogotá adoptaron la fórmula sensacional de “lo he visto con mis propios ojos ”(s/f).

El primer diario en tratar la crónica roja fue *El Espacio* que el 3 de enero de 1966 publicó en primera plana una noticia que en otro punto se habría tratado en las últimas páginas. La nota trataba la diezma a la población infantil por ratas voraces.

En el caso de México se maneja como un género prioritario por la realidad del país. La cantidad de crímenes, robos y asesinatos son un buen banco de contenido para que la nota roja se de como explica Raúl Álvarez en la página web Magnet :

La nota roja apareció durante la época del Porfiriato (1876 - 1911), donde algunos diarios empezaban a documentar las muertes y asesinatos ocurridos durante estos años, desde sus inicios, la nota roja se ha relacionado con las clases bajas, ya que de acuerdo a una aseveración del periódico 'El Imparcial' (afiliado al régimen de Porfirio Díaz), **los pobres eran los responsables** de la gran mayoría de los crímenes que ocurrían en el país, esto debido a la creciente desigualdad que surgió en aquella época (2016).

Incluso en Magnet se presentan datos que develan que los diarios que más se venden , *La Prensa, El Metro, el Gráfico y Extra*, hasta 2014 llegaron a comercializar los 700.000 ejemplares. Lo cual muestra que este país sigue siendo un pionero y el lugar donde la nota roja es vista desde otra perspectiva que se acopla al día a día de los mexicanos.

En Ecuador, la crónica roja habría llegado por una copia de estilo de Colombia. *Extra* es el primer acercamiento a este género por inspiración de “Semen y Sangre”, este hecho se da por la llegada del editor Henry Holguín. Antes de abordar la historia en el punto 4 de este capítulo, se expondrá las características de este género periodístico de lo policial frente a otros géneros.

## **2. El lenguaje de la crónica roja frente a otros géneros**

La mayoría de géneros periodísticos son formales porque atienden a la necesidad de un público elitista, pero cuando se trata de la crónica roja el público cambia y es popular.

La crónica en sí maneja un discurso que para muchos no es necesario, pero para quienes son actores de la misma es esencial. Este género es único por la forma de narrar su lenguaje y estructura como lo menciona Jácome:

“ La crónica roja se caracteriza por utilizar un lenguaje popular, por estar acompañada de fotografías explícitas, por contar aquellas historias de violencia que diario ocurren en la sociedad. Además, otra de sus particularidades es su forma de titular las notas. Con letras grandes, legibles a distancia y por la utilización del color rojo en su diseño. Por eso se la relaciona con el sensacionalismo ” (2014,p.21).

Entre los tipos de lenguaje que más usa la crónica está el melodrama, sensacionalismo y el amarillismo.

El melodrama es un estilo narrativo para lograr llegar a las emociones de lector con palabras extra como explica Checa “Es el caso del melodrama, y sus múltiples expresiones contemporáneas típicamente latinoamericanas, donde el proceso de

reconocimiento, la retórica del exceso, las esquematizaciones, la polarización, etc” (2003,p.37).

Además, el melodrama desempeña un papel relevante a la hora de conmover a la audiencia dándole a los actores populares un rol bueno y hasta cierto punto estereotipado para enlazarse al sensacionalismo, como menciona Aarón en su tesis “Construcción de la mirada sobre "La zona": melodrama, turismo y crónica roja”:

La simpleza del melodrama tiene, desde sus orígenes, la finalidad de conmover fácilmente al público a través de un sentimentalismo primario que encasilla a sus personajes en pura bondad o pura maldad, estereotipando sus roles y desapareciendo de la obra cualquier problema enrevesado, y generando a su vez, acontecimientos improbables y acciones sensacionalistas (2014 ,p.79).

El tiempo ha ido cambiando el estilo de la crónica roja ya sea en su contenido o imágenes, pero la esencia continúa. Pero si ha aumentado dos elementos a su repertorio: el sensacionalismo y amarillismo.

Muchas veces la prensa es acusada de tratar de agrandar las cosas para causar la atención de su audiencia, incluso se acusa a varios medios de sensacionalistas y amarillista, pero en realidad conocemos los términos para tener la certeza de que son o no malos.

El sensacionalismo tiene que ver con la subjetividad del escritor, cómo el cronista llega a despertar el interés de sus lectores, muchas veces esta es un arma de doble filo porque podría caer en la falta de ética profesional. Para definirlo mejor usaremos las palabras de Díaz y Villegas:

“ El sensacionalismo rompe con los lineamientos periodísticos de sujeción a la ‘realidad’ informativa y la ética para impresionar al espectador buscando despertar el ‘morbo’; con el agravante de que puede en muchos casos faltar a la verdad persiguiendo un mayor impacto sobre los lectores” (2004,p.10).

Ahora se debe comprender cual es el *modus operandis* del amarillismo que no es más que sacar a la luz los detalles más profundos para que la nota tenga impacto o, como lo define Díaz y Villegas, “Con el amarillismo se busca conocer hasta los detalles más ínfimos y peculiares de un hecho, con el afán de encontrar circunstancias únicas y particulares que hagan de un suceso cualquiera, algo memorable y rentable” (2004,p.10).

La crónica maneja al derecho y al revés tres tipos de lenguajes. El melodrama es la estrella por ser un estilo típico de latinoamérica al usar palabras o expresiones excesivas propias de las personas para apelar a la emoción del lector. Luego está el amarillismo que da los datos más íntimos. Y finalmente esta el sensacionalismo que agranda o le da más protagonismo a ciertos datos. Este cóctel de características hace a la crónica roja un género narrativo muy rico.

### **3. La prensa de crónica roja en Ecuador**

En general por la globalización muchos productos externos han llegado al país para mezclarse con la cultura popular. La radio, la prensa y la televisión han adoptado formatos internacionales para captar al público ecuatoriano. El mundo mediático del país se basa en realidades de todas las esferas política, social, familiar e incrustaciones de la cultura externa a lo que se refiere Jaramillo:

“ En antropología como en comunicación, el intermediario tiene como base figuras históricas, por ejemplo los redactores de catálogos de viajes o de modas mezclaban sus fragmentos de alta cultura con saberes populares, significado que une el saber antiguo con el nuevo. Dentro de los medios articuladores tenemos: la televisión que generó un discurso en el que cada cual puede interpretar de diferente forma la misma información, la radio con tendencias culturales y comerciales dirigida a cierto sector, y la prensa gráfica que articula cuestiones estrictamente informativas, con ocio y modos de lectura de un acontecimiento” (2010, p.18).

A pesar de las críticas, al público ecuatoriano le gusta la crónica en varios ángulos, ya sea de la televisión o la prensa. Desde hace varios años en el caso de la televisión se ha podido ver varias producciones nacionales que trataban sobre crónicas como *Casos de la vida real*, *Pasado y confeso* o *Historias personales*. Estos tres programas se transmitieron en las cadenas televisivas como Ecuavisa y Teleamazonas.

Actualmente se puede ver como en la crónica sigue siendo un género de alto impacto en la sociedad, varios canales tienen secciones de crónica roja conducidos por periodistas reconocidos en dicha área, por ejemplo, Tc televisión tiene el programa de *Crónica Viva* con Jonathan Carrera y Luis Fernando Anangono. Otro programa de este contenido es el de Canal 1 “*En carne propia*”, conducido por José Delgado.

En el caso de la prensa escrita los diarios más conocidos en temas de crónica roja son *Pepe el verdadero*<sup>3</sup> y *Diario Extra*.

---

<sup>3</sup> PP El verdadero fue fundado en septiembre de 2010, es un tabloide similar a Extra. Editado por EDITOGRAN, junto a diario El Telégrafo y forman parte del sistema de medios públicos.



En general de la televisión y la prensa escrita en crónica el que más trascendencia tiene es diario Extra por la cantidad de años en el mercado y por ser el primero en usar la crónica roja como género periodístico para darle voz a aquellos que eran relegados por la información formal de los demás medios. Y sobretodo lo más importante de este diario es su constante lucha por hacer respetar la crónica por su alto aporte social. En una entrevista Henry Holguín, constructor de este género en Ecuador por sus años de experiencia en Colombia argumentaba:

No les gusta la crónica roja a ningún sistema, ni de derecha ni de izquierda les gusta la crónica roja, porque somos un espejo en el que la sociedad se refleja diariamente y ve sus terrible errores yo pienso que ese monstruo que ven en el espejo cuando ven el Extra es precisamente lo que los asusta y lo que les pone nerviosos pero son casos que ocurren y que muestran que la sociedad está enferma (Jaramillo,2010,p. 52).

#### **4. Diario Extra y la crónica roja**

*Diario Extra* se lanzó al mercado hace 40 años. En sus inicios el diario manejaba una línea periodística seria como lo menciona en su tesis Miguel González:

“ La primera circulación de este rotativo fue el 21 de octubre de 1974, tenía 32 páginas, con una tirada de 15.000 ejemplares, su costo era de 1,20 sucres. Aparentemente era un diario serio, color blanco y negro, que se caracterizaba por su texto y no por las fotografías. Sus temas estaban basados en la política, economía, deportes y la crónica roja se dejaba para la última hoja” (2015,P.19-20).

*Extra* empezó a vender más ejemplares desde que cambió su línea periodística a una amarillista, al notar el éxito del diario Colombiano “Sangre y Semen” y contrató como editor a Henry Olgún, quien marcó el estilo que se conoce del diario. Una de las principales características del diario es la intencionalidad que le da a sus textos, titulares e imágenes.

Diario *Extra* no sólo apela a los sentimientos sino a la cercanía de cada noticia con la comunidad como asegura el fotógrafo de Cristian Vinueza en una entrevista:

“ La gente busca el “Extra” porque de pronto cogieron al pillo del barrio y ellos quieren verle en el periódico y verle el rostro, verle la cara, o de pronto quieren ver como lo dejo, pongamos un ejemplo, como le dejo el marido a la esposa, a la vecina tuvieron un pleito y cómo la dejó” (Jaramillo, 2010, p.60).

*Extra* muestra a los actores populares al desnudo da el acontecimiento las fuentes y los posibles causas para que la gente entienda el contexto y en ciertos casos se siente identificada. Aunque las herramientas que este medio usa para visibilizar a estos actores es fuerte, esto le da el poder de llagar a su audiencia.

“ Una de las cuestiones cardinales de *Extra*, como medio sensacionalista, es la publicidad de los sujetos desplazados, no sólo en el ámbito del trabajo/producción de riquezas, sino en la propia concepción simbólica del desplazamiento, al punto de invisibilizarlos de las dinámicas públicas, pero que son traídos a la esfera pública mediante los soportes de lo grotesco y lo bárbaro” (Jaramillo,2010,p. 32).

La cuestión que le da diferencia a este género es como el medio no busca a la fuente sino que son estas quienes se exponen de forma libre como menciona Jaramillo:

“Con la gente de clase media, o de una buena posición económica, se complica más el trabajo, es difícil contar con testimonios de familiares, prohíben tomar fotografías, la familias no informan sobre sus asuntos personales, y no buscan ser el centro de la noticia acerca de su vida en un diario sensacionalista ni en televisión” (2010,p.32).

El diario *Extra* logra usar las muletillas de las fuentes como opinión pública para que se expresen de forma que su comunidad entienda y se identifique. Lo cual a la final logro que la audiencia cree amor a la marca, en este caso a *Extra*.

El diario pertenece al grupo Martínez. Galo Martínez Merchán lo fundó en 1972, él fue Ministro de Gobierno del ex presidente Velasco Ibarra . El rotativo esta bajo la edición de Gráficos Nacionales S.A ubicados en la Av. Carlos J. Arosemena km 2 1/2 y Av. Las Monjas en Guayaquil que a su vez se encarga de diario Expreso.

La dirección web de *Extra* es <http://www.extra.ec>. La página es sencilla. Tiene las siguientes secciones:

“En caliente” es el lugar donde están las noticias destacadas.

“Opinión” tiene artículos de invitados que escriben de distintos temas.

“¡Checa esto!” es la que contiene sugerencias del editor porque son temas más serios dentro del estilo de crónica.

“Torneo local” trata deportes.

Por época de elecciones implementaron “Binomios” para actualizar la información para

elecciones.

“Videos Pepa” reproduce videos interesantes y curiosos.

“Quiosco digital” guarda las ediciones del diario para quienes se suscriban.

También se ofrecen suplementos como “Extra Divas” (reportajes de chicas) y “Extra tv” (notas grabadas en video) .

Además se puede encontrar links a sus redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube.

## Capítulo 2

### ***Extra un diario con historia y estructura***

Como se dijo en el capítulo anterior, diario *Extra* es un medio que pasó de la seriedad a la crónica roja. Por 40 años ha sido preferido por un gran número de personas por su estilo editorial y darle voces a quienes han sido relegados. Además, su estructura y portada siguen una línea que se muestra accesible y amigable para su audiencia. En este capítulo se ahondará en esa estructura, enfatizando en la historia del medio, sus principios, su estructura y las características del lenguaje textual y visual.

#### **1. Historia**

Extra empezó a circular como un tabloide de ocho páginas en Guayaquil. El fundador, Pompillo Ulloa, dirigió el diario por casi medio siglo desde el primero de agosto de 1923.

En 1972 el diario cerró para dar paso a la *Prensa Gráfica*, tiempo después en la dictadura militar de Rodríguez Lara este diario salió de circulación.

El proyecto del diario continuó con el hijo de Pampilla. El 21 de octubre de 1974 se funda el *Extra* como tal.

La primera edición vespertina tuvo 32 páginas y una tira de 15.000 ejemplares a 1,20 sucres. El logo de en ese ejemplar fue "Desde hoy en sus manos para informar primero y mejor al servicio de Guayaquil y la Patria", dice Checa. Luego se creó el lema "*EXTRA*, informa primero y mejor".

El *Extra* se inició como un diario normal que trataba a la crónica en una sola página al final. Checa afirma que era un diario en blanco y negro donde las noticias políticas, económicas, deportivas, nacionales e internacionales se desplegaban en sus páginas.

El formato original del diario se mantendría hasta la llega de Holguín como editor por su trayectoria en crónica roja en Colombia. Checa expone:

“ Esa tónica de diario serio la mantendría durante cerca de 15 años. En este primer período, los cambios no fueron sustanciales. Siguió siendo un vespertino que se publicaba de lunes a sábado, no salía los domingos ni los días festivos. Como los de su época, era un diario denso, con un diseño que dificultaba la lectura, más texto que fotografías, la mayoría de sus notas tenían pases a la penúltima página donde remataban de manera confusa. A fines de los años 70, llegó a tener cobertura nacional y corresponsales en

las ciudades más importantes y se convierte en el tercer diario nacional y en el vespertino de mayor circulación del país” (p.22-23).

*Extra* se convirtió en el diario de mayor circulación en el Ecuador, su venta es a nivel nacional e incluso llega a poblaciones del sur de Colombia y del norte del Perú, revela en un informe de diario *EXTRA*.

El periódico forma parte de la empresa editora Gráficos Nacionales S.A. El diario comenzó siendo un diario vespertino, pero a medida que se iba tecnificando su impresión e iba aumentando su tiraje, se fue adelantando la hora de circulación hasta convertirse en matutino.

Su estructura editorial ha tenido importantes figuras periodísticas del país : Alejandro Herrería, Arturo Avilés Leimberger, Luis García Jaime, Fernando Cazón Vera, entre otros.

El *Extra* es valorado no solo por su contenido, sino que a la vez defiende a la crónica y a su esencia como expresa Emerson Rubio en su tesis "análisis de la titulación del diario extra como generadora de ingresos para el diario y su efecto e impacto en el sensacionalismo de este medio"

“ *EXTRA* en muchas oportunidades ha recibido homenajes de instituciones públicas y privadas, sobre todo de organismos gremiales, sociales, deportivos, culturales, científicos, etc. Un caso singular fue el peligro que corrió este órgano de opinión pública de ser clausurado durante el gobierno militar en 1977, por haber denunciado frontalmente la intervención estatal en

el crimen del destacado político guayaquileño economista Abdón Calderón Muñoz” (2014,p.11).

Al final del día este diario es y será una excelente escuela para aprender y convivir con los actores populares como menciona uno de sus empleados de la sede de Quito en una entrevista personal:

“ Trabajar en Extra es aprender cada día porque convives con varias fuentes. Para trabajar aquí es necesario ser perspicaz, creativo e inteligente para conseguir las notas. Laborar aquí es sinónimo de aprender para agradar a los lectores del diario más vendido. Aquí aprendes lo que no aprendes en la universidad, este es un diario de popularidad de clases medias y por ello debes saber como manejar el lenguaje para esta audiencia” (Centeno, D,noviembre,2016 ).

## **2. Características**

Además de los homenajes que recibe el Extra por su trabajo a lo largo de 40 años, el diario presenta tres características que se entrelazan. La fidelidad de sus clientes es consecuencia de una eterna lucha por darle su puesto a la crónica como un género que si aporta a la sociedad y el autofinanciamiento que logra Extra por el apoyo de su audiencia que los convierte en el número uno como indica Juan Manuel Yépez:

EXTRA es un negocio que mantiene una independencia financiera y eso garantiza la independencia editorial. Eso permite que, al momento de encontrar algún acto irregular, sea expuesto en las páginas del medio escrito

y de la web, sin estar forzados a ocultar la información de relevancia para la sociedad y especialmente a los lectores, a quienes EXTRA expresa su fidelidad en cada uno de los productos que ofrece cotidianamente, señala el editor general (Rubio,E,2014,p.7-8).

Además, internamente el diario no solo es un aporte para la audiencia sino para sus propios colaboradores que ganan experiencia y crecen como personas, así lo comenta en una entrevista personal David Centeno, un periodista que ha trabajado en varias áreas del diario por nueve años:

“ Trabajar en diario Extra realmente es una adrenalina que se siente cada día. En el diario se hace de todo un poco. Me han impactado cosas de cronica roja , asesinatos, suicidios y personas de tercera edad atropelladas. La experiencia que más recuerdo es la del 30 de septiembre. La orden de Guayaquil fue dejar las secciones y cubrir el evento. Recorri la ciudad hasta que me mandaron al hospital para ayudar a los fotógrafos. Ingresé al lugar y estuve allí desde las 12 del día hasta las 9 de la noche. Vi como los policías se quitaban las escarapelas y se hacían pasar por periodistas, ayudé a compañeras periodistas a calmarse; además, vi cómo el presidente fue sacado del lugar. Presenció la muerte de Froilan. Dos meses después conocí a su familia e hice un reportaje sobre él ”(noviembre,2016 ).

Otro factor trascendental para marcar las características de Extra es su código de ética que intenta mantener su línea después de que la LOC le impusiera a los medios a hacer públicos y revisar sus códigos. Estos ya existían , pero no eran



tomados en cuenta porque se ligaban a algo personal de las personas como menciona el abogado de El Comercio que es experto en la LOC:

“ Los códigos deontológicos son los códigos de ética, ya los manejaban los medios desde hace décadas. No es necesario que exista una ley que te diga éticamente que debes hacer, la ética es intrínseca en el ser humano , no puede venir por la ley. Para mi punto de vista es un absurdo de la norma que te estén regulando figuras administrativas por supuestas faltas deontológicas. Las normas éticas no se deberían regular”(Tobar,H,noviembre,2016).

Realmente, la creación de los códigos no afectaron a los medios en general y en el caso de Extra que se podría pensar que esto lo perjudicaría, no es así, ya que en temas de publicaciones de imágenes fuertes, no serían amonestados por faltar a sus códigos deontológicos como ejemplifica el abogado Tobar en una entrevista personal “ Solo el norma dentro del artículo 10 de los códigos deontológicos puede sancionar a medios de crónica roja por publicar contenido violento. La sanción es una norma ética y la superintendencia solo realiza un llamado de atención ”(noviembre, 2016)

Un mejor resumen se da en el cuadro de Rubio Emerson en su tesis "Análisis de la titulación del diario extra como generadora de ingresos para el diario y su efecto e impacto en el sensacionalismo de este medio" (2014,p.8-9)

Tabla 1: diez parámetros que regulan las publicaciones de *Extra*

Parámetros	Descripción
Rigor	Estricto escrúpulo en la búsqueda de la verdad vinculada a cualquier materia de interés público.
Pluralidad	Búsqueda de las voces de todos los protagonistas de la noticia para enriquecer la información y llegar a la verdad, o aproximarse a ella mediante un contexto que genere en el lector una opinión con base en las declaraciones y los hechos conocidos.
Equilibrio	Es obligación y complemento de una información rigurosa y plural. El periodista tendrá un comportamiento ecuánime, contrastará los hechos y compensará las opiniones.
Imparcialidad	No contaminará con opinión las noticias, ni las enfocará con distorsiones relacionadas con sus intereses.
Credibilidad	Esto garantiza la clara distinción de sus contenidos de información, opinión y publicitarios. La inserción de avisos y comerciales pagados está sujeta a indicaciones precisas y

	tipografías distintas para no confundir al lector. Para ahondar en el prestigio de sus contenidos reconoce el derecho de réplica de las personas o grupos que se vean afectados en su reputación o imagen, y reconoce también el derecho de contrarréplica de los periodistas autores del trabajo, con el fin de salvaguardar su
--	---

	profesionalidad y en el afán de repercutir en la formación de opinión sobre hechos concretos.
Honestidad	Los empleados de Granasa evitarán situaciones que generen perjuicio a su trabajo y un consecuente desprestigio de la compañía.
Autorregulación	El ánimo informativo al servicio del interés público tiene excepciones que devienen del sentido común y la mesura. No se publicarán informaciones ni opiniones que afecten la seguridad nacional, ni aquellas que pongan en peligro investigaciones judiciales o policiales en curso.
Tratamiento	Los periodistas se comportarán bajo una línea integral de respeto, frente a las personas sujetas a la noticia, al lenguaje con que se describe y las imágenes que la complementan.
Legalidad	El derecho a la intimidad, la privacidad y el honor de las personas se protegerá siempre. Los periodistas serán especialmente cuidadosos para no difundir datos que afecten a estos derechos salvo en los casos que exista una clara razón de interés general.
Responsabilidad	El periodista es un intermediario entre el lector y los hechos, por tanto debe revisar la información que elabora antes de ser publicada.

Los conceptos que se tratan en la tabla se ligan directamente a la ética para realizar un periodismo claro y preciso, evitando así cualquier ambigüedad. Razón que hace importante a los códigos deontológicos.

### 3. Estructura

Después de conocer la historia y características del diario Extra, es momento de hablar de la parte técnica de la estructura. Esta sección será corta y tratará solo los tres puntos fundamentales de la portada: tamaño, titular y fotografía.

Al tomar un diario la primera percepción que tenemos es el tamaño. Muchas veces este puede ser un factor muy considerable para que la audiencia prefiera un diario, por ejemplo, si el formato es pequeño es mucho más accesible para quienes se mueven en transporte público, mientras un diario grande es mejor cuando tienes el espacio para abrirlo sin ningún inconveniente. *Extra* es un tabloide. De acuerdo al tipo de diario se pueden ver los formatos como menciona Tacuri y Muñoz:

“ El tamaño estándar o clásico que mide aproximadamente 43 centímetros de ancho por 60 de alto y consta de ocho columnas. Ejemplos: El Mercurio, El Universo, El Tiempo. El tamaño tabloide consta de cinco columnas y mide 40 centímetros de alto por 28 de ancho, El Extra, La Tarde “(2010,p.7).

Luego de analizar el tamaño, el segundo factor importante es el titular. Si consideramos que este es la apertura informativa de la nota. Por ello, este va en un tamaño distinto o incluso en un color que destaca para conducir al lector a interesarse en una determinada noticia. Tacuri y Muñoz desarrollan la definición del titular en su tesis:

“ El primer dato ofrecido es el título destacado generalmente del conjunto de titulares informativos, por ejemplo de un cuerpo o tamaño espacial. El título

es el nombre de la publicación y equivale a su presentación, de la misma forma en que una persona a la que acaba de entrevistar” (2010, p.6).

Finalmente el mapeo en la portada termina con la imagen que hasta cierto punto puede convertirse en el elemento que informe de manera directa y sea lo que capte la atención inmediata del lector, considerando que muchas personas son visuales. Según Collaguazo en su tesis “Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural” lo primero que se apunta en la primera plana es la fotografía “ Las fotografías en color son la parte fundamental de la primera plana de un diario, la mirada del lector apunta primero a la fotografía y su pie de foto antes que a cualquier otra noticia que contenga la primera plana” (2011,p.35)

#### **4. Portada**

En la diagramación del diario, la portada es la que da a conocer los hechos más relevantes y es el elemento que consigue la venta, esta es su función principal.

Para ser más exactos en las partes de la portada usaré las definiciones de Tacuri y Muñoz:

- **La cabeza.-** Resalta a lo ancho de todas las columnas y con letras grandes la noticia principal del día.
- **La sub cabeza.-** Consiste en una enunciación breve y en letras de menor tamaño que complementa la noticia principal.

- **En el cintillo.-** Esta ubicado en el extremo superior del diario abarcando también todas las columnas se destaca la segunda noticia en importancia.
- **El sumario** aparecen, a manera de índice, los temas y artículos centrales de la información de ese día.
- **Columnas:** son escritas por periodistas especializados en el cual se analiza un tema de interés.
- **Logotipo:** es el gráfico que identifica al periódico
- **Lema:** es una frase corta que identifica la filosofía de la empresa
- **Fechario:** es el espacio en el cual se pone la fecha del día
- **Directorio:** son datos o teléfonos de interés para que el lector pueda hacer uso de ellos en un momento dado
- **Pie de foto:** es una pequeña frase que explica verbalmente lo que aparece en la imagen.
- **Orejas:** son los anuncios que aparecen en las esquinas superiores de la primera plana. Además, cada noticia relevante tiene una entrada o lead que mediante subtítulos y enunciados marcados con asteriscos proporciona un resumen o vista rápida del contenido total de la noticia.
- **Los grabados o fotografías.-** Destacan e ilustran las noticias relevantes en algunos diarios o secciones aparecen en color son parte importante de la información pues muchas veces influyen al lector en la valoración de los acontecimientos o de los personajes que participaron en ellos.

- **El directorio.-** Consiste en los nombres de todos los responsables de la publicación en orden de rango o importancia (2010,p.7-8)

## 5. Lenguaje visual

El lenguaje visual es lo primordial para conseguir los elementos necesarios para que un diario sea atractivo al público y cumpla sus funciones: informar y vender para autosustentarse.

Cada diario maneja una reticulación<sup>4</sup> especial que se guarda en hojas maestras con caracteres y textos de estilo para que sin importar el tiempo o necesidad de cambio estas mantengan la estructura, pero solo se cambien cosas específicas como: tamaño, tipografía o color. A esto se refiere Collazos en su tesis sobre diseño “ La retícula base se mantiene en el tiempo, cada sección y hoja tienen un diseño especial, construido con base en la identidad del diario, el contenido de la página o sección, el tamaño del papel y además en la legibilidad (2010,p.31).

Otro término importante es el grillete editorial que es el balance entre imagen y escritura. No hay mejor narración que una sola imagen que resuma la historia. Como se mencionó con anterioridad hay muchas personas que prefieren lo visual para interesarse por un tema. La grilla permite crear los códigos de la versión impresa como indica Collazos:

---

<sup>4</sup> La reticulación permite al diseñador medir cada espacio de la página para colocar los elementos ordenados.

Dentro de los aspectos fundamentales que conforman la grilla editorial, se encuentran: La tipografía, la fotografía, el pie de foto, los titulares, la infografía, color y blancos y tamaño del papel. Los elementos que conforman esta grilla, son un balance entre la imagen y la escritura, un conjunto de signos con código y sin código que forman la versión impresa que llega a los lectores (2010,p.31-32).

En los códigos que se van creando para darle el estilo a un diario, hay que entender que todo esta estrechamente relacionado. Si un diario busca ser práctico utilizará un formato pequeño con poco texto y más imágenes para satisfacer a quienes se movilizan rápidamente y buscan estar informados de forma parcial. En cambio, si el diario es grande, este tendrá mucho texto y poca imagen por ser más especializado para quienes prefieren lecturas profundas.

Para retomar el tema de equilibrio imagen- texto. En el diario se observa primero la imagen porque es una forma resumida de contar la historia e incluso esta muestra los sentimientos de los actores, es decir, da información extra. Además, son un abre boca de las noticias como menciona Collazos:

“ El color en la fotografía comunica por si solo que esta es de vital importancia para el diario, que el editorial del mismo tratará el tema en cuestión y además en las páginas principales se hará un despliegue más completo de la misma” (2010,p.35).



En cuanto al texto el color y tamaño jerarquiza la importancia de los temas y se convierte en la guía para el lector como menciona Collazos:

“ El tamaño y color que se aplique a la fuente tiene que ver con dar una jerarquía a la información, aspecto supremamente ligado a la ideología del diario ya que las noticias se redactan en tamaños de fuente diferentes según su importancia” (2010,p.32).

La estructura física del diario, así como el mensaje y contenido nos permite entender la forma en que *Extra* llega a sus lectores con un estilo sencillo, pero fuerte y organizado.

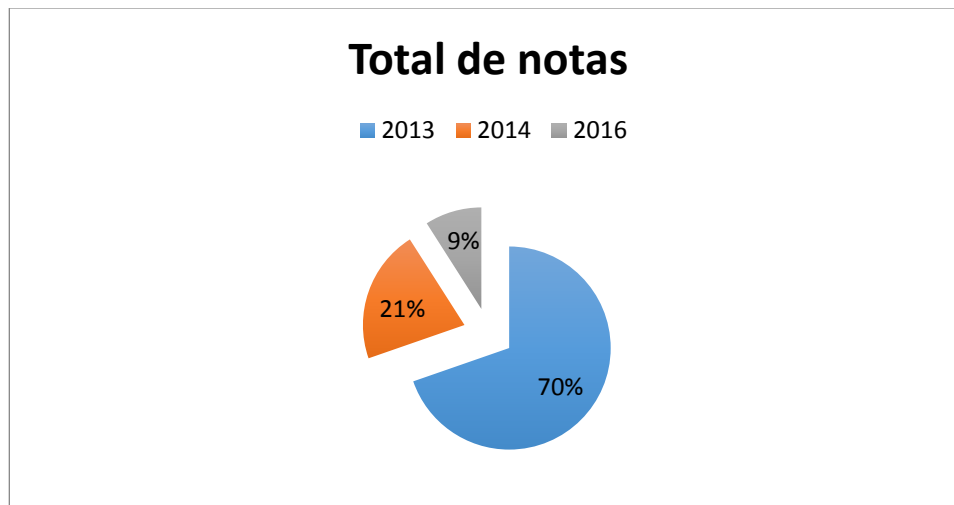
### **Capítulo 3**

#### **Análisis de 31 portadas entre 2013 y 2014**

##### Introducción

En esta sección se aplicará el diseño metodológico registrado en líneas anteriores para conocer: ¿Cómo *Extra* ha cambiado en algunos lapsos de tiempo los contenidos de portadas desde la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, su reglamento y código deontológico?. En las siguientes líneas, se abordarán tres niveles de análisis a partir de los cuales se establecen conclusiones por año y conclusiones generales.

Primer nivel: datos de información

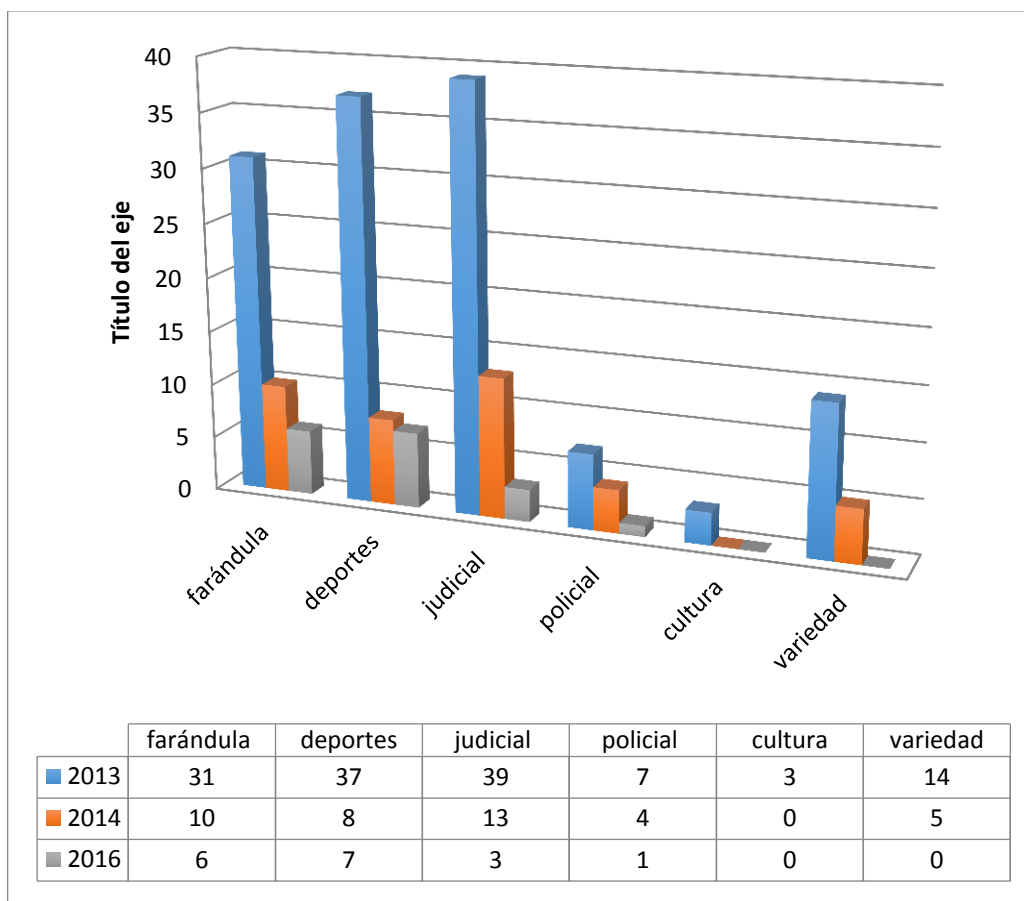
**Gráfico 1.- Total de notas de portada por año**

Fuente: Diario Extra Elaborado por: Diana Asimbaya

Como se observa en el gráfico anterior, 2013 concentró el 70% de notas que corresponden a 131 notas. Ese año superó numéricamente a los otros dos porque esa temporalidad corresponde a los días previos de aplicación de la LOC y los siete primeros días después de la aplicación de esta normativa.

A partir de entonces, el número de notas de portada fueron disminuyendo. En 2014 podemos ver como las noticias disminuyeron a un 21%, que corresponde a 40 notas en una semana, mientras que en 2013 el promedio de notas por semana fue de 65-66 en los meses de junio y julio.

En 2016 hay un total de 17 notas en tres días que representan un día de noticias en portada de 2013, lo cual nos permite entender que en términos cuantitativos sí hay una reducción. El número de notas que se realizaban por portada en un día ahora son la suma de tres días.

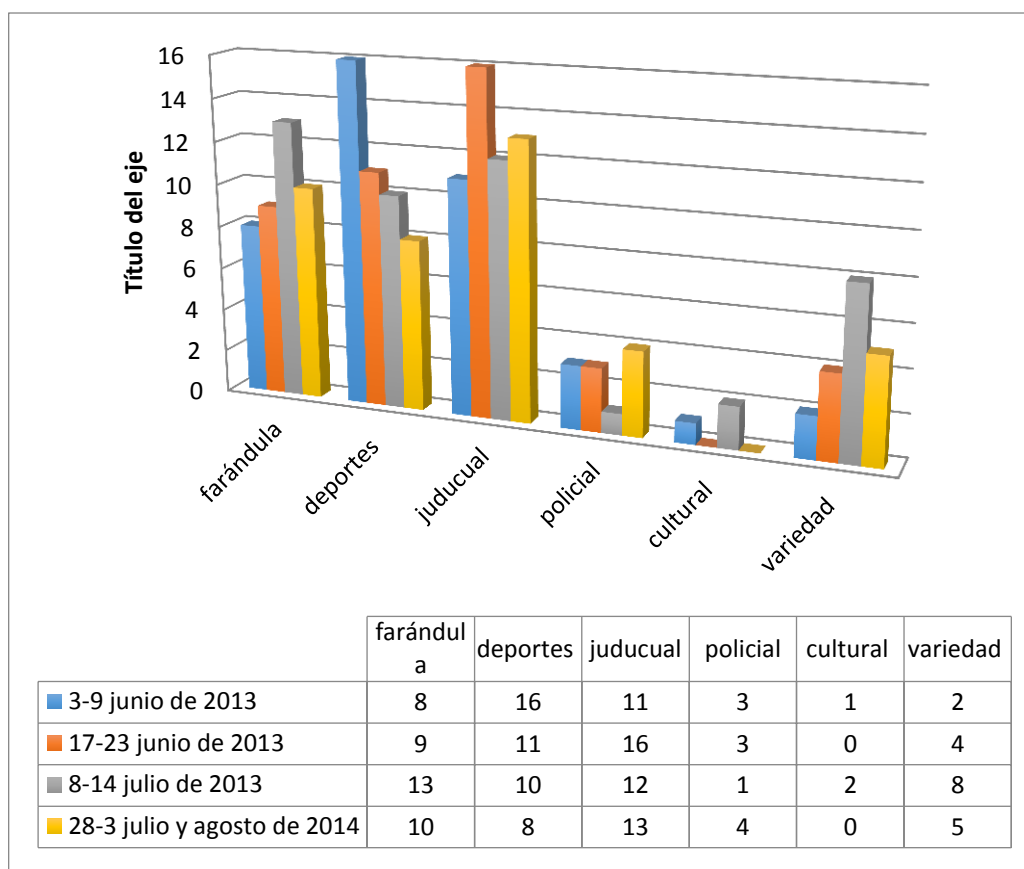
**Gráfico 2.- Total de notas por sección**

Fuente: Diario Extra Elaborado por: Diana Asimbay28 de julio al 3 de agosto de a

El gráfico dos muestra la cantidad de noticias dentro de la seis principales secciones que maneja *Extra*. Los datos más pesados se encuentran en 2013 con un total de 131 notas. En las cuales los temas más tratados abarcan asesinatos, suicidios y muertes extrañas con un total de 39 publicaciones en dos semanas, una antes y otra después de la aplicación de la LOC. El segundo tema con mayor relevancia es el deporte , luego la farándula, seguido por variedades que incluyen temas de barrios como situaciones lamentables de los moradores, adicionalmente la parte policial que y la última sección

es cultura. En 2014 la sección judicial se mantiene como la principal temática, la farándula pasa a segundo lugar, deportes toma el tercer puesto, le sigue variedades, la última es policial, ya que cultural no cuenta con ninguna nota en la semana del 28 de julio hasta el 3 de agosto de este año. En 2016 se puede notar que en las tres ediciones farándula mantiene su prominencia al igual que deportes y las notas judiciales son menor. Dejando nulo policial, variedades y cultura en portada. Lo cual no significa que dentro del diario no se topen los temas, pero la agenda parece modificarse.

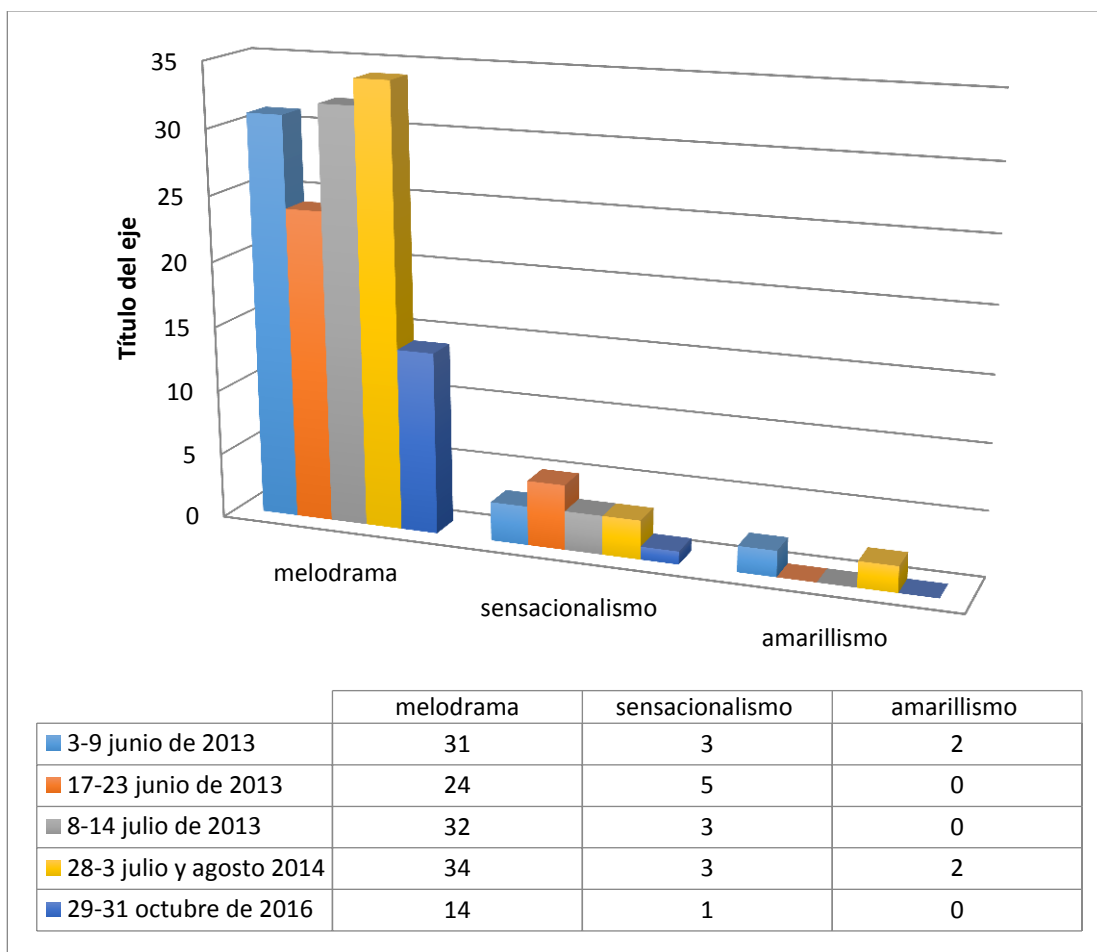
**Gráfico 3.- Secciones por portada**



Fuente: Diario Extra Elaborado por: Diana Asimbaya

El gráfico es más específico al tratar las secciones por fechas y semanas exactas. Una semana antes de la aplicación de la LOC la sección más tratada es deportes con 16 noticias en la semana del 3-9 de junio de 2013. Después le sigue el tema judicial, farándula, policial, variedad y finalmente cultura. La semana del 17-23 de junio de 2013 es el inicio de la implementación se dan más noticias de judicial, deportes y farándula mantienen sus posiciones y cultura. La disposición de la LOC para la creación de códigos deontológicos por parte de todos los medios se da en julio de 2013 y en la semana de este evento del 8-14 se observa aumento en las notas de farándula, disminución en deportes y judicial; además de un aumento en variedades, un sutil cambio en cultura y una baja en temas policiales. El último evento que se enlaza a la LOC es la expedición del Reglamento de la ley, el cual se da el 25 de julio de 2014. Por ello las fechas analizadas están dentro del 28 de julio al 3 de agosto de ese año. En estas fechas la parte judicial retoma su puesto en el primer lugar, deportes continúa con su disminución, la parte de farándula igual tiende a reducir al igual que policial y se percibe el aumento en variedades. La parte cultural nuevamente es sacada de portada.

**Gráfico 4.- Definición del tipo de lenguaje**



Fuente: Diario Extra Elaborado por: Diana Asimbaya

Las 3 características principales de la crónica roja en cuanto al lenguaje son : melodrama, sensacionalismo y amarillismo. El primero abarca frases populares de los actores populares de las noticias. El segundo trata de resaltar algunos datos de forma exagerada, Y el tercero tiene que ver con la presentación de detalles íntimos.

En términos generales no hay duda que el lenguaje predominante es el melodrama. El promedio por semana es de 20 a 34 titulares melodramáticos desde 2013 hasta 2014.

Incluso se puede ver la prominencia del melodrama en tres publicaciones de 2016 que cuentan con 14 titulares de este tipo.

Aquí algunos ejemplos de titulares por meses y años :

Fecha	Titulares
<b>3 junio de 2013</b>	¡ Una cucharada de buena música! ¡No serrucharán el piso al "Patón"!
<b>4 junio de 2013</b>	¡ 5 mil guambras tras el balón! ¡Para chuparse los dedos!
<b>5 junio de 2013</b>	Si eres "pintero", ¡contratado! ¡Correteados por una foto!
<b>6 junio de 2013</b>	Puro bla,bla ¡En la cancha hablamos! ¡A Pamela y Carlos José se les rompió el amor!
<b>7 junio de 2013</b>	"¡Que pase el desgraciado!" ¡Reggaetoneros se lavan las manos!
<b>8 junio de 2013</b>	¡En "corto" se casó Paloma!
<b>9 junio de 2013</b>	¡ César, de cesare, el héroe de sus hijas! "¡Ábranse que aquí vengo!"

<b>17 junio de 2013</b>	<p>¡ Decomisaron harta biela!</p> <p>¡ Chirso...pero PUNTEROS!</p>
<b>18 junio de 2013</b>	<p>¡ Culpó a su “ñaño”, pero el man ya estaba en “cana”!</p> <p>¡ Grillos, los bacabes de Colimes!</p>
<b>19 junio de 2013</b>	<p>¡ Doña Filomena defiende a su bebé!</p> <p>“¡Soy chola y viajo en ecovia!”</p>
<b>20 junio de 2013</b>	<p>¡ Otra vez punteros!</p> <p>¡ Peia Inca desnuda su vida !</p>
<b>21 junio de 2013</b>	<p>¡ Apareció la “rival” de doña Filomena!</p> <p>¡ Pinoargotti sacará la cara por Ecuador!</p>
<b>22 junio de 2013</b>	<p>¡ Al estadio, que el ídolo invita!</p>
<b>23 junio de 2013</b>	<p>¡ Bella y aniquiladora!</p> <p>¡ Sin plata no hay paraíso!</p>



<b>8 julio 2013</b>	<p>¡ Fin del paseo!</p> <p>De oro puro!</p>
<b>9 julio 2013</b>	<p>¡ San Miguel tiene al “capo” de los goles!</p> <p>Salve oh Patria... ¡ En quichua!</p>
<b>10 julio 2013</b>	<p>¡ Maldito “camionazo”!</p> <p>¡Papel con coca!</p>
<b>11 julio 2013</b>	<p>¡ A “pescar ” la copa gigante!</p> <p>¡ Se fue el “loco” y llega la “pantera”!</p>
<b>12 julio 2013</b>	<p>¡ Le pone azúcar al fútbol!</p> <p>¡ Quiere comer locro de papas!</p>
<b>13 julio 2013</b>	<p>¡ Le mordió hasta la planta del pie !</p> <p>¡ Repartió bachata y merengue en su “bici”!</p>
<b>14 julio 2013</b>	<p>¡ Adiós “chupín”!</p> <p>¡ A correr que todo es premio!</p>
<b>28 de julio 2014</b>	<p>¡ Le mordió la “ñata”!</p> <p>¡ Jugaron al “Loco”!</p>
<b>29 julio 2014</b>	<p>¡“Luchito” se caletó en la asamblea!</p> <p>¡ “Camionetazo” Terminó con su vida!</p>
<b>30 julio 2014</b>	<p>¡ ¡ Edy Michael alborotó las fiestas!</p> <p>¡ A “ Corretear” a los cuyes!</p>
<b>31 julio 2014</b>	<p>¡ En la muerte del “CHUCHO” hay gato encerrado!</p> <p>¡ Barcelona es “Mal Padre”!</p>
<b>1 de agosto 2014</b>	<p>¡Premio para el campeón!</p> <p>¡Estaba “heladito”!</p>

<b>29 octubre 2016</b>	¡ Duras de pasar! ¡ Se ganó a la tía!
<b>30 octubre 2016</b>	“¡ Mi hija esta viva!” ¡ Orgullo de la troncal!
<b>31 octubre 2016</b>	¡ El campeonato esta en el aire! ¡ No hay sitio en la enfermería!

El análisis de este capítulo nos permitió conocer que el diario maneja un lenguaje melodramático que se ha mantenido antes y después de la LOC, su reglamento y los códigos deontológicos expuestos por los medios. Situación que permite entender que la ley no afectaría al diario ya que la realidad es que este solo juega con titulares que se relacionan directamente al lenguaje coloquial de la audiencia del medio.

Una anotación final dentro de todo el análisis es la reducción de páginas para el “lunes sexy ”. Antes de la aplicación de la LOC este contenido llegaba a tener hasta cuatro páginas. Hoy en días y desde la ley solo cuenta con dos páginas con poco texto. Es decir que este es el único cambio fuerte.

## Conclusiones

En este trabajo, se ha analizado la crónica roja que es un género periodístico complejo. Por un lado, es muy criticada por el tipo de contenido que maneja, sin embargo su audiencia es grande. Por ello es digna de analizar.

Además es ambigua porque relaciona a la violencia en distintos niveles y a los medios, sacando a la luz temas informados o tratados parcialmente en la agenda pública. Además, el escritor de crónica muestra a nuevos actores populares en su esencia.

El discurso de este género se basa en tres aristas: sensacionalismo, amarillismo y melodrama. La primera busca modificar o deformar detalles de la información. La segunda busca denotar hasta los detalles más íntimos y peculiares. Y la tercera es el lenguaje que permite expresar la realidad de las personas que están fuera de la élite.

La crónica roja no solo es escribir sobre violencia, el escritor debe tener un talento para narrar con las palabras precisas y darle vida a una historia que muestra una realidad extra-ordinaria por lo poco frecuente que pueden llegar a ser las temáticas tratadas.

En los medios se maneja una agenda mediática que la mayoría de veces está ligada a temas internacionales, farándula, política, economía y deportivos, que dicho sea de paso es relevante, pero en realidad se están cubriendo realidades internas que podrían servir para mejorar problemáticas de abuso o violación en cualquier grado a nivel país.

El discurso de los medios realmente debe ser el medidor entre información que interesa y la que no, la cuestión es estar acostumbrados a lo que creemos es la realidad.

En cuanto a la historia de la crónica roja, se observó que esta se derivó de las novelas policiales. En Latinoamérica el género se iba adaptando a la realidad del respectivo

país. En términos de estilo este se va dando en Colombia con la narración de García Márquez.

En Ecuador llega la crónica roja llega de la mano de *Extra* cuando este diario trae a Henry Olgún. Este personaje fue de renombre en Colombia por su trabajo en “Sangre y semen”. Él logró hacer del diario serio, uno que se ha mantenido durante años por su estilo editorial y es el más vendido hasta la actualidad.

Durante 40 años el *Extra* ha sido el medio escrito que se ha convertido en la voz de los actores populares del país. Además de ser el más vendido.

De la revisión de investigaciones académicas, se desprende que las características del diario tienen que ver con el tipo de lenguaje coloquial que presenta y en cuanto a su estructura visual sencilla. La audiencia responde bien porque son ellos el diccionario de expresiones. En la parte visual tenemos más imágenes que texto. Además, las imágenes son grandes para captar al lector y el tamaño del diario es cómodo para llevar porque está bien pensado para el tipo de target (clase baja).

*Extra*, desde 2013, ha empezado un cambio en su contenido por la expedición de la Ley Orgánica de Comunicación. Incluso creó su código de ética, al igual que el resto de medios, por disposición del presidente Rafael Correa. Esos cambios suman son específicamente 2: la primera tiene que ver con la cantidad de páginas que se le otorgan al “Lunes Sexy” y la implementación de secciones como culturales, salud, GLBT, entre otros.

Después de la LOC el diario *Extra* ha tenido cambios en su estructura. Ahora es menor la cantidad de páginas con crónica y se agregaron temáticas de salud, política, historia,

cultura, temas sexuales y GLBTI. En el caso de los códigos deontológicos, no hay mayor cambio. Así

Los códigos deontológicos en realidad no afectarían a los medios y a un diario como *Extra* no sería amonestado por ellos, ya que están ligados a la ética como asegura el abogado Henry Tobar.

En el gráfico cuatro se encuentra el dato más importante de el análisis. Es claro que sin importar el año o ley, el diario sigue manejando el lenguaje melodramático que le permite estar siempre junto al lector al darle a entender que este lo conoce y habla su mismo idioma. El sensacionalismo está en el segundo puesto aun cuando los números son bajos, al igual que el amarillismo que presenta número más bajos. Es decir, la gente preferiría pocos datos exagerados y menos detalles íntimos o explícitos.

El cambio notorio en la línea editorial de *Extra* luego de la LOC tiene que ver con el número de páginas que se le otorga al “Lunes sexy”, antes de la ley tenía hasta cuatro páginas y hoy solo cuenta con dos.

Finalmente, el análisis del capítulo 3 es una clara muestra de que el diario no está dentro de los parámetros de lo sensacionalista o amarillista, sino del melodrama. Sin embargo, las secciones más tratadas abarcan los temas judiciales y a su vez farándula y deportes. Otro punto notable es la cantidad de noticias que se trataron en portada, 2013 fue el año con más temas, lo cual se debería a la implementación de la LOC y toda la situación que esta causó durante ese año.

## Referencias bibliográficas

Aarón, E. (2014). Construcción de la mirada sobre “la zona”: melodrama, turismo y crónica roja. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Recuperado el 15 de noviembre de 2016 de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6785/2/TFLACSO-2014EAGP.pdf>

Álvarez, R.( 3 marzo 2016). ;La Nota Roja mexicana: más de cien años del periodismo más escabroso que puedas imaginar. *Magnet*. Recuperado el 15 de noviembre de 2016 de <http://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/la-nota-roja-mexicana-mas-de-cien-anos-del-periodismo-mas-escabroso-que-puedas-imaginar>

Ávila,C.(2013).Chasqui.El sistema de comunicación en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador: Un análisis desde el enfoque de las teorías de sociedad y masas de McQuail. Recuperado de [https://www.academia.edu/6346997/El\\_Sistema\\_de\\_Comunicación\\_en\\_la\\_Ley\\_de\\_Comunicación\\_del\\_Ecuador.\\_Un\\_análisis\\_desde\\_el\\_enfoque\\_de\\_las\\_Teor%C3%ADas\\_de\\_Comunicación\\_y\\_Masas\\_de\\_McQuail](https://www.academia.edu/6346997/El_Sistema_de_Comunicación_en_la_Ley_de_Comunicación_del_Ecuador._Un_análisis_desde_el_enfoque_de_las_Teor%C3%ADas_de_Comunicación_y_Masas_de_McQuail)

Castillo,D&Narváez,F.(2013).La nueva Ley de comunicación, una ley mordaza para los medios de comunicación o libertad de expresión con responsabilidad. Universidad Estatal de Cuenca,Cuenca,Ecuador.

Collazos,G.(2011). Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural. Universidad de Palermo. Argentina.

Díaz,M&Villegas,A.(2004). Perfiles de los exponentes de la crónica roja, ya retirados, en la Bogotá de 1948 hasta 2002. Universidad de Manizales. Colombia.

Celi,E.(s/f). En seis meses la Supercom puso siete sanciones. El Comercio. Recuperado el 26 de septiembre de 2016 de <http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/seis-meses-supercom-puso-siete.html>.

Checa,F.(2003).El Extra : las marcas de la infamia aproximaciones a la prensa sensacionalista. Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

Centeno,R.(2015). Análisis de los casos Epoch, Lunes sexy y coca a la vena publicados en diario Extra, así como las sanciones impuestas por la SUPERCOM desde el enfoque de la ética periodística. Universidad Central del Ecuador ,Quito, Ecuador.

Cevallos,K.(2013). Representación y violencia de lo femenino en el diario el “Extra”. Universidad Central del Ecuador ,Quito, Ecuador.

Fundamedios.(2014).Ecuador: La censura cabalga sobre el lomo de una ley. Recuperado <http://www.fundamedios.org/wp-content/uploads/2015/03/Informe2014espaniol.pdf>.

Gálvez,J.(2003). Sensacionalismo, valores y jóvenes: el discurso y el consumo de dos periódicos bolivianos de crónica roja. Bolivia: Fundación PIEB.

González,M.(2015). Análisis de los títulos de diario extra casos de asesinatos por armas de fuego en marzo del 2014. Universidad Central del Ecuador ,Quito, Ecuador.

Ifex.( 23 de junio 2013). Asamblea nacional del Ecuador aprueba ley de comunicación. Fundamedios. Recuperado el 14 de noviembre de 2016 de [https://www.ifex.org/ecuador/2013/06/17/aprueba\\_ley/es/](https://www.ifex.org/ecuador/2013/06/17/aprueba_ley/es/)

Jaramillo, F. (2010). Etnografía de producción en un medio masivo de comunicación impresa: el caso de las imágenes de crónica roja en el diario el Extra. Flacso. Quito,Ecuador.

Jaramillo,F.(2014). "Análisis jurídico, doctrinario y crítico de la Ley Orgánica de Comunicación; e implementación de un inciso en el Art. 42 para el libre ejercicio profesional, con el objetivo de considerar los niveles técnicos y tecnológicos en el ejercicio de la comunicación". Universidad Nacional de Loja. Loja,Ecuador.

Jácome,E.(2014). Comunicación y crónica roja: elaboración de una propuesta de revista de crónica roja que respete los derechos de las personas involucradas en hechos violentos o delictivos. Universidad Central del Ecuador. Quito, Ecuador.

La Hora.(24 de junio de 2016).565 sanciones, el saldo de la Ley de Comunicación. Recuperado el 26 de septiembre de 2016 de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101957028/-1/565\\_sanciones,\\_el\\_saldo\\_de\\_la\\_Ley\\_de\\_Comunicación.html#.V-I7MzJDmRs](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101957028/-1/565_sanciones,_el_saldo_de_la_Ley_de_Comunicación.html#.V-I7MzJDmRs)



*Ley Orgánica de Comunicación*. (2013, 13 de junio). Registro Oficial de la República de Ecuador, n22 .Extraído el 26 de octubre de 2016 de:  
<http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

Londoño,C.(2013). “La chica mala del periodismo” Aproximación a la crónica roja. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia:Bogota.<https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/11331/LondonoLopezCarlosAndres2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pantón,J.(2008). Crónica roja en los medios de comunicación ecuatorianos: ¿un problema de seguridad ciudadana?. urvio, *Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana*. No. 5, Quito,Ecuador. Recuperado de  
<http://www.flacsoandes.edu.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=16599>

*Reglamento general de la Ley Orgánica de Comunicación*. (2014, 25 de julio). Gaceta Oficial de la República. Extraído el 26 de octubre de 2016 de:  
[http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/pdf-decreto\\_214-21-ene-2014.pdf](http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/pdf-decreto_214-21-ene-2014.pdf)

Rey, G.(2005). El cuerpo del delito: representación y narrativas mediáticas de la inseguridad. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

- Rodríguez,R.(2015).El respeto de códigos deontológicos en la prensa sensacionalista, caso "Abraham Chimborazo". Diario "EL Extra" Ecuador. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Rubén,A.(2012).Etnografía de la producción de las noticias de crónica roja. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: Sede Ecuador,Quito, Ecuador.
- Rubio,E.(2014).Análisis de la titulación del Diario Extra como generadora de ingresos para el diario y su efecto e impacto en el sensacionalismo de este medio. Universidad Tecnológica Equinoccial,Quito, Ecuador.
- Tacuri,J & Muñoz,M.(2010). Proyecto de elaboración de un periódico semanario para Chordeleg. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador.
- Van Dijk,T. (1999). Análisis del discurso social y político (Iván Mendizábal,trad.). Ecuador: DocuTech.
- Zapata,S. (s/f). El Espacio. Biblioteca Nacional de Colombia. Ministerio de Cultura. Recuperado el 15 de noviembre de 2016 de <http://www.bibliotecanacional.gov.co/content/el-espacio>
- Zimmerman,M.(2011). La crónica latinoamericana como espacio de resistencia al periodismo hegemónico. Universidad Nacional de la Matanza departamento de humanidades y ciencias sociales. Buenos Aires, Argentina.

## **Entrevistas**

Castillo, Ángela.(2017). Entrevista realizada por Diana Asimbaya. 15 de marzo de 2017.

Mella, Carolina.(2017). Entrevista realizada por Diana Asimbaya. 15 de febrero de 2017.

Centeno, David.(2016). Entrevista realizada por Diana Asimbaya. 29 de noviembre de 2016.

Tobar, Henry.(2016). Entrevista realizada por Diana Asimbaya. 11 de noviembre de 2016.

## 15. Anexos

### 15.1 Hojas de codificación

#### Guía para matriz de registro

##### Datos de identificación

Fecha: 03/06/2013

País: Ecuador

Número de edición: 226

Total de noticias por portada: 8

Diario: Extra

Día de la semana: lunes

##### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 3 judicial

2. farándula

3. deporte

B) Enfoque principal

1. lunes sexy

C) Imágenes

1. 5

D) Lenguaje

1. 3 melodramas

2. Sensacionalismo

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

**Fecha:** 04/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 227

**Total de noticias por portada:** 9

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** martes

### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 2 judicial
3. 2 farándula
4. 5 deportes

B) Enfoque principal

1. Muerte de un canadiense

C) Imágenes

1. 7

E) Lenguaje

1. 7 melodramas

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

**Fecha:** 05/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 228

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** miércoles

### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 2 farándulas

2. 2 policial

3. 2 deportes

4. 3 judicial

B) Enfoque principal

1. justicia indígena

C) Imágenes

1. 7

D) Lenguaje

1. 6 melodramas

2. amarillismo

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

Fecha: 06/06/2013

País: Ecuador

Número de edición: 229

Total de noticias por portada: 5

Diario: Extra

Día de la semana: jueves

### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 3 deportes
2. farándula
3. judicial

B) Enfoque principal

1. la tricolor

C) Imágenes

1. 5

D) Lenguaje

1. 3 melodramas

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

Fecha: 07/06/2013

País: Ecuador

Número de edición: 230

Total de noticias por portada: 4

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** viernes

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 2 deportes
2. farándula
3. policial

B) Enfoque principal

1. la tricolor en lima resultados

C) Imágenes

1. 8

D) Lenguaje

1. 5 melodramas

**Guía para matriz de registro**

**Datos de identificación**

**Fecha:** 08/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 231

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** sábado

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 4 judicial
2. 2 farándulas
3. policial

B) Enfoque principal



1. cantante manabita

C) Imágenes

1. 8

D) Lenguaje

1. 4 melodramas
2. sensacionalismo
3. amarillismo

**Guía para matriz de registro**

**Datos de identificación**

**Fecha:** 09/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 232

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** domingo

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 3 deportes
2. policial
3. judicial
4. 2 farándulas

B) Enfoque principal

1. cantante manabita

E) Imágenes

2. 8

F) Lenguaje

1. 4 melodramas
2. sensacionalismo
3. amarillismo

### **Guía para matriz de registro**

#### **Datos de identificación**

**Fecha:** 17/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 240

**Total de noticias por portada:** 6

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** lunes

#### **Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 2 deportes
2. 2 farándulas
3. 2 judicial

B) Enfoque principal

1. lunes sexy

C) Imágenes

1. 6

D) Lenguaje

1. 4 melodramas

### **Guía para matriz de registro**

#### **Datos de identificación**

**Fecha:** 18/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 241

**Total de noticias por portada: 8**

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** martes

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 4 judicial
2. 3 deportes
3. policial

B) Enfoque principal

1. problema de celos

C) Imágenes

1. 8

D) Lenguaje

1. 4 melodramas

**Guía para matriz de registro**

**Datos de identificación**

**Fecha:** 19/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 242

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** miércoles

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 2 farándulas
2. deportes
3. 2 judicial
4. variedades

B) Enfoque principal

1. mujer se enamora de joven menor

C) Imágenes

1. 8

E) Lenguaje

1. 3 melodramas
2. sensacionalismo

### **Guía para matriz de registro**

#### **Datos de identificación**

**Fecha:** 20/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 243

**Total de noticias por portada:** 4

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** jueves

#### **Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. farándula
2. 2 judicial
3. deportes
4. policial

B) Enfoque principal

1. taxista encontrado en milagro

C) Imágenes

1. 6

D) Lenguaje

1. 2 sensacionalismo
2. melodrama

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

**Fecha:** 21/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 244

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** viernes

### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 3 judicial
2. 3 farándulas
3. policial

B) Enfoque principal

1. muerte con mordidas de animal

C) Imágenes

1. 8

D) Lenguaje

1. sensacionalismo
2. 6 melodramas

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

**Fecha:** 22/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 245

**Total de noticias por portada:** 6

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** sábado

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. deportes
2. policial
3. judicial

B) Enfoque principal

1. taxista mordido por tigrillo

C) Imágenes

1. 6

D) Lenguaje

1. 3 melodramas
2. sensacionalismo

**Guía para matriz de registro**

**Datos de identificación**

**Fecha:** 23/06/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 246

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** domingo

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. farándula
2. 3 judicial
3. 3 deportes

B) Enfoque principal

1. muerte de una pareja en tractor

C) Imágenes

1. 10

D) Lenguaje

1. 3 melodramas
2. sensacionalismo

### **Guía para matriz de registro**

#### **Datos de identificación**

**Fecha:** 08/07/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 261

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** lunes

#### **Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 2deportes
2. 4 judicial
3. farándulas

B) Enfoque principal

1. muerto encontrado en la calle

C) Imágenes

1. 6

D) Lenguaje

1. sensacionalismo
2. 3 melodramas

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

Fecha: 09/07/2013

País: Ecuador

Número de edición: 262

Total de noticias por portada: 6

Diario: Extra

Día de la semana: martes

### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 2 farándulas

2. 2 judicial

3. 2 deportes

4. policial

B) Enfoque principal

1. temas homosexuales

C) Imágenes

1. 7

D) Lenguaje

1. 2 sensacionalismos

2. melodrama

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

Fecha: 10/07/2013

País: Ecuador

Número de edición: 263



**Total de noticias por portada: 9**

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** miércoles

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 3 farándulas
2. deportes
3. 2 policial
4. 3 judicial

B) Enfoque principal

1. drogas adolescentes y extranjeros

C) Imágenes

1. 11

D) Lenguaje

1. 6 melodramas

**Guía para matriz de registro**

**Datos de identificación**

**Fecha:** 11/07/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 264

**Total de noticias por portada:** 8

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** jueves

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 3 judicial
2. policial
3. farándulas
4. 3 deportes

**B) Enfoque principal**

1. custodio muere por fiscal

**C) Imágenes**

1. 9

**D) Lenguaje**

1. 5 melodramas

**Guía para matriz de registro****Datos de identificación**

**Fecha:** 12/07/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 265

**Total de noticias por portada:** 6

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** viernes

**Categorías de análisis****A) Asuntos tratados**

1. 2 judicial
2. 2 deportes
3. 2farándulas

**B) Enfoque principal**

1. muerte de policía

**C) Imágenes**

1. 9

**D) Lenguaje**

1. 5 melodramas

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

**Fecha:** 13/07/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 266

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** sábado

### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 3 farándulas
2. 3 judicial
3. policial

B) Enfoque principal

1. muerte de un funcionario

C) Imágenes

1. 9

D) Lenguaje

1. 7 melodramas

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

**Fecha:** 14/07/2013

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 267

**Total de noticias por portada:** 6

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** domingo

**Categorías de análisis**

## A) Asuntos tratados

1. deportes
2. 2 farándulas
3. 3 judicial

## B) Enfoque principal

1. maratón en Guayaquil

## C) Imágenes

1. 7

## D) Lenguaje

1. 5 melodramas

**Guía para matriz de registro****Datos de identificación**

**Fecha:** 28/07/2014

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 282

**Total de noticias por portada:** 6

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** lunes

**Categorías de análisis**

## A) Asuntos tratados

1. 2 judicial
2. 3 farándulas
3. deportes

## B) Enfoque principal

1. lunes sexy

## C) Imágenes

1. 6

**D) Lenguaje**

1. 4 melodramas
2. amarillismo

**Guía para matriz de registro****Datos de identificación****Fecha:** 29/07/2014**País:** Ecuador**Número de edición:** 283**Total de noticias por portada:** 5**Diario:** Extra**Día de la semana:** martes**Categorías de análisis****A) Asuntos tratados**

1. 2 deportes
2. judicial
3. 2 farándulas

**B) Enfoque principal**

1. programa " Diva Sexy"

**C) Imágenes**

1. 5

**D) Lenguaje**

1. 3 melodramas

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

Fecha: 30/07/2014

País: Ecuador

Número de edición: 284

Total de noticias por portada: 6

Diario: Extra

Día de la semana: miércoles

### Categorías de análisis

A) Asuntos tratados

1. 3 judicial
2. 2 policial
3. farándulas

B) Enfoque principal

1. emboscada a motorizados

C) Imágenes

1. 7

D) Lenguaje

1. 5 melodramas
2. sensacionalismo

## Guía para matriz de registro

### Datos de identificación

Fecha: 31/07/2014

País: Ecuador

Número de edición: 285

Total de noticias por portada: 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** jueves

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 2 judicial
2. 2 farándulas
3. 3 deportes

B) Enfoque principal

1. pareja predicadora

C) Imágenes

1. 6

D) Lenguaje

1. 6 melodramas
2. sensacionalismo

**Guía para matriz de registro**

**Datos de identificación**

**Fecha:** 01/08/2014

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 286

**Total de noticias por portada:** 5

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** viernes

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 3 judicial
2. deportes
3. policial

**B) Enfoque principal**

1. ucraniana hincha de Emelec

**C) Imágenes**

1. 6

**D) Lenguaje**

1. 4 melodramas
2. sensacionalismo

**Guía para matriz de registro****Datos de identificación**

**Fecha:** 02/08/2014

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 287

**Total de noticias por portada:** 8

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** sábado

**Categorías de análisis****A) Asuntos tratados**

1. 2 deportes
2. farándula
3. 2 judicial
4. policial
5. variedades

**B) Enfoque principal**

1. muerte albañil y Arjona

**C) Imágenes**

1. 7

**D) Lenguaje**



1. 7 melodramas

### **Guía para matriz de registro**

#### **Datos de identificación**

**Fecha:** 03/08/2014

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 288

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** domingo

#### **Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 4 judicial
2. deportes
3. 2 farándulas

B) Enfoque principal

1. historia de una vedette

C) Imágenes

1. 8

D) Lenguaje

1. 5 melodramas
2. Amarillismo

### **Guía para matriz de registro**

#### **Datos de identificación**

**Fecha:** 29/10/2016

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 9

**Total de noticias por portada:** 7

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** sábado

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. judicial
2. 2 farándulas
3. 3 deportes

B) Enfoque principal

1. accidente frente militar

C) Imágenes

1. 7

D) Lenguaje

1. 3 melodramas

**Guía para matriz de registro**

**Datos de identificación**

**Fecha:** 30/10/2016

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 10

**Total de noticias por portada:** 10

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** domingo

**Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 3 farándulas
2. 2 deportes
3. 3 policial
4. 2 judicial

B) Enfoque principal

1. reencuentro

C) Imágenes

1. 11

D) Lenguaje

1. 6 melodramas

### **Guía para matriz de registro**

#### **Datos de identificación**

**Fecha:** 31/10/2016

**País:** Ecuador

**Número de edición:** 11

**Total de noticias por portada:** 8

**Diario:** Extra

**Día de la semana:** lunes

#### **Categorías de análisis**

A) Asuntos tratados

1. 3 farándulas

2. 2 deportes

3. 2 farándulas

4. judicial

B) Enfoque principal

1. tiro en evento policial

C) Imágenes

1. 9

D) Lenguaje

1. 5 melodramas

2. sensacionalismo



### 15.3 Titulares

#### 3 junio de 2013

¡ su hijo lo encontró decapitado!  
 "Papi tricolor...!Yo soy tu premio!"  
 ¡Escapó de correccional y mató a un policía!  
 ¡Cayeron por llamada al celular de Fausto Valdiviezo!  
 ¡ Una cucharada de buena música!  
 ¡No serrucharán el piso al "Patón"!

#### 4 junio de 2013

¡Piedrota aplastó a canadiense!  
 ¡Tanquero inundó de leche la Florestal!  
 ¡ 5 mil guambras tras el balón!  
 ¡ Fiesta para campeones!  
 ¡ Los Andes, el "papá" del volei!  
 ¡Para chuparse los dedos!  
 ¡Bien sapeado!  
 ¡ Epilepsia por una entrada!  
 ¡ Orgullosamente ecuatoriana!

#### 5 junio de 2013

¡"Guambras del terror" liquidaron a pareja!  
 ¡ Justicia indígena por "canchis'canchis"!  
 ¡ Todo lo de Gaby es natural !  
 ¡ Ellas prefieren ser libres!  
 Si eres "pintero", ¡contratado!  
 ¡"Felipao" alista el martillazo!  
 ¡Correteados por una foto!

#### 6 junio de 2013

¡Invasión tricolor en Lima!

Puro bla,bla ¡En la cancha hablamos!

¡Así fue el tour de la muerte!

¡"Tin" el mal recuerdo de los peruanos!

¡A Pamela y Carlos José se les rompió el amor!

### **7 junio de 2013**

"¡Que pase el desgraciado!"

¡Les cayó "el hacha" a 208 policias corruptos!

¡Reggaetoneros se lavan las manos!

8 junio de 2013

¡Cocodrilo gigante en Australia!

¡Narcos de Sinaloa perdieron "merca" avioneta y 2 camiones!

¡A plomo sentaron a fiscal manabita!

¡Seputados por toneladas de arena!

¡en "corto" se casó Paloma!

## 15 Producto comunicacional 1

Manual de buenas prácticas: “ La Chica Mala del Periodismo”



# AGRADECIMIENTO

La chica mala del periodismo es un manual que busca dar otra perspectiva de la crónica roja. La investigación de este Impreso da a conocer temas importantes del origen del género, el reconocimiento del melodrama como idioma principal de la crónica, comparación y contraste entre las leyes ecuatorianas, europeas y la carta de Múnich para proponer artículos que sirvan para dar más apertura al tratamiento de temas violentos y populares.

Este proyecto fue apoyado por la Universidad San Francisco de Quito, a la cual agradezco por tener profesionales como Eric Samson, Pamela Cruz, Juan Carlos Rifofrío y Fabián Varela. Estos expertos en distintos campos del saber fueron piezas fundamentales para la investigación, interpretación de datos y ejecución de mis productos comunicacionales.

Además, un especial agradecimiento a Juan Esteban Suárez quien se encargó del diseño del manual. Él comprendió la forma en la que quise comunicar toda la investigación para darle la personalidad provocativa que identifica al género. Su profesionalismo y creatividad hizo que este proyecto tenga un perfecto acabado.

A todos ellos un agradecimiento eterno por trabajar conmigo en este camino.



<b>3</b>	<b>Historia</b>
<b>8</b>	<b>Lenguaje</b>
<b>13</b>	<b>Leyes</b>
<b>26</b>	<b>Buenas prácticas</b>





La Crónica Roja (CR) nace para contar las historias que no son parte del menú mediático de la élite y los medios formales. Principalmente se tomó el estilo de las novelas policíacas para narrar asesinatos o actos de violencia.

Este género existía desde que varios impresos populares comenzaron a esparcirse alrededor del mundo cuando en las distintas crisis políticas, la gente buscaba un medio para expresar desde su realidad la problemática que vivían. La gente empezó a ser seducida por la crónica roja incluso antes de que esta existiera como tal.

Con el avance industrial, los medios escritos tuvieron mayor importancia en la comunicación masiva; a partir de esto y de los conflictos sociales, los géneros periodísticos cobraron vida, entre ellos, la crónica, que nace de la problemática social y se basa en narrativas policíacas. De allí que se pueda decir que **"El lector es quien construye la demanda y consumo de la información (Jaramillo, 2010, p.8).**

Un dato bastante curioso es que el sensacionalismo, tan criticado hoy en día, fue tomado de la narrativa policial que da el estilo a la crónica como lo explica Brunetti:

**Algunos estudios de la década de 1980, como los de Guillermo Sunkel (1985) y Jesús Martín Barbero (1987), definieron el sensacionalismo tradicional, a veces llamado también primer sensacionalismo, como la adopción de estrategias en la narrativa policial heredadas de tradiciones populares. Esto es, han señalado una línea de continuidad entre la literatura popular y la cultura de masas" (2011, p.3).**

La llegada de la crónica roja en Latinoamérica inició cuando Márquez empezó a usar en sus textos periodísticos algunos estilos literarios que dieron la pauta al resto como menciona Zimmerman:



**“EL LECTOR ES  
QUIEN CONSTRUYE  
LA DEMANDA Y CONSUMO  
DE LA INFORMACIÓN”**  
*(Jaramillo, 2010, p.8)*



“ Los ensayos de este tipo de periodismo también tuvieron referentes latinoamericanos como los trabajos del colombiano Gabriel García Márquez, quien introdujo los recursos literarios en sus crónicas periodísticas. Su más difundido libro sobre esta temática fue “Relato de un naufrago” escrito cuando en Estados Unidos esta técnica recién se iniciaba” (2011,p.18-19).

Las bases estaban dadas en cuanto a estructura, pero cada país le dio lo que los ecuatorianos conocemos como “sal quiteña”, de acuerdo a su realidad y problemática temporal.

### **EN AMÉRICA LOS PAÍSES FUERTES EN ESTE GÉNERO SON MÉXICO Y COLOMBIA.**

En el caso de Colombia, el sensacionalismo se inicia a finales del siglo XIX inspirado en Estados Unidos, como menciona Sergio Zapata León en la Biblioteca Nacional de Colombia:

“La crónica de sucesos –también llamada roja, judicial o de policía-, nació con el periodismo informativo a finales del siglo XIX”, explica Maryluz Vallejo en su libro “A plomo herido” (2006), “porque los hechos de sangre y la tragedia pasaron a ocupar un lugar destacado junto a la política y la literatura”. Inspirados por la prensa sensacionalista de Joseph Pulitzer (New York World) y W. Randolph Hearst (New York Journal) en Estados Unidos, algunos editores de diarios en Bogotá adoptaron la fórmula sensacional de “lo he visto con mis propios ojos” (s/f).

El primer diario en publicar una crónica roja en Colombia fue “El Espacio”, que el 3 de enero de 1966, publicó en primera plana una noticia que en otro punto se habría tratado en las últimas páginas.

### **LA NOTA TRATABA LA DIEZMA DE LA POBLACIÓN INFANTIL POR RATAS VORACES.**

6

En el caso de México se maneja como un género prioritario por la realidad del país. La cantidad de crímenes, robos y asesinatos son un buen banco de contenido para que la nota roja se de, como lo explica Raúl Álvarez en la página web Magnet :

**La nota roja apareció durante la época del Porfiriato (1876 - 1911), donde algunos diarios empezaban a documentar las muertes y asesinatos ocurridos durante estos años. Desde sus inicios, la nota roja se ha relacionado con las clases bajas, ya que de acuerdo a una aseveración del periódico 'El Imparcial' (afiliado al régimen de Porfirio Díaz), los pobres eran los responsables de la gran mayoría de los crímenes que ocurrían en el país, esto debido a la creciente desigualdad que surgió en aquella época (2016).**

Incluso en "Magnet" se presentan datos que develan que los diarios que más se venden :

**HASTA 2014, LA PRENSA, EL METRO, EL GRÁFICO Y EL EXTRA, LLEGARON A VENDER 700.000 EJEMPLARES.**

Esto muestra que este país sigue siendo un pionero y el lugar donde la nota roja es vista desde otra perspectiva que se acopla al día a día de los mexicanos.

En Ecuador, la crónica roja llegó por una copia de estilo de Colombia a partir de la llegada del editor colombiano Henry Holguín.

**EL EXTRA ES EL PRIMER ACERCAMIENTO A ESTE GÉNERO POR INSPIRACIÓN DE "SEMEN Y SANGRE".**





Los géneros periodísticos, en su mayoría, son formales porque atienden a la necesidad de un público elitista, pero

**CUANDO SE TRATA DE LA CRÓNICA ROJA, EL PÚBLICO CAMBIA Y ES POPULAR.**

La crónica en sí maneja un discurso que para muchos no es necesario, pero para quienes son actores de la misma es esencial. Este género es único por la forma de narrar su lenguaje y estructura, como lo menciona Jácome:

**"La crónica roja se caracteriza por utilizar un lenguaje popular, por estar acompañada de fotografías explícitas, por contar aquellas historias de violencia que diario ocurren en la sociedad. Además, otra de sus particularidades es su forma de titular las notas. Con letras grandes, legibles a distancia y por la utilización del color rojo en su diseño. Por eso se la relaciona con el sensacionalismo" (2014, p.21).**

Entre los tipos de lenguaje que más usa la crónica roja están el melodrama, el sensacionalismo y el amarillismo.

**EL MELODRAMA DA A LOS ACTORES POPULARES UN ROL BUENO Y HASTA CIERTO PUNTO ESTEREOTIPADO PARA ENLAZARSE AL SENSACIONALISMO,**

menciona Aarón en su tesis "Construcción de la mirada sobre "La zona": melodrama, turismo y crónica roja":

9



La simpleza del melodrama tiene, desde sus orígenes, la finalidad de conmover fácilmente al público a través de un sentimentalismo primario que encasilla a sus personajes en pura bondad o pura maldad, estereotipando sus roles y desapareciendo de la obra cualquier problema enrevesado<sup>1</sup>, y generando a su vez, acontecimientos improbables y acciones sensacionalistas (2014, p.79).

Con el tiempo, el estilo de la crónica ha ido cambiando tanto en contenido como en gráfica; sin embargo, su esencia se ha mantenido intacta aunque ha aumentado dos elementos a su repertorio: el sensacionalismo y amarillismo.

Muchas veces, la prensa es acusada de tratar de agrandar las cosas para causar la atención de su audiencia. Incluso se tilda a varios medios de sensacionalistas y amarillistas, sin en realidad conocer su significado.

### **EL SENSACIONALISMO TIENE QUE VER CON LA SUBJETIVIDAD DEL ESCRITOR,**

cómo el cronista llega a despertar el interés de sus lectores Muchas veces esta es un arma de doble filo porque podría caer en la falta de ética profesional.

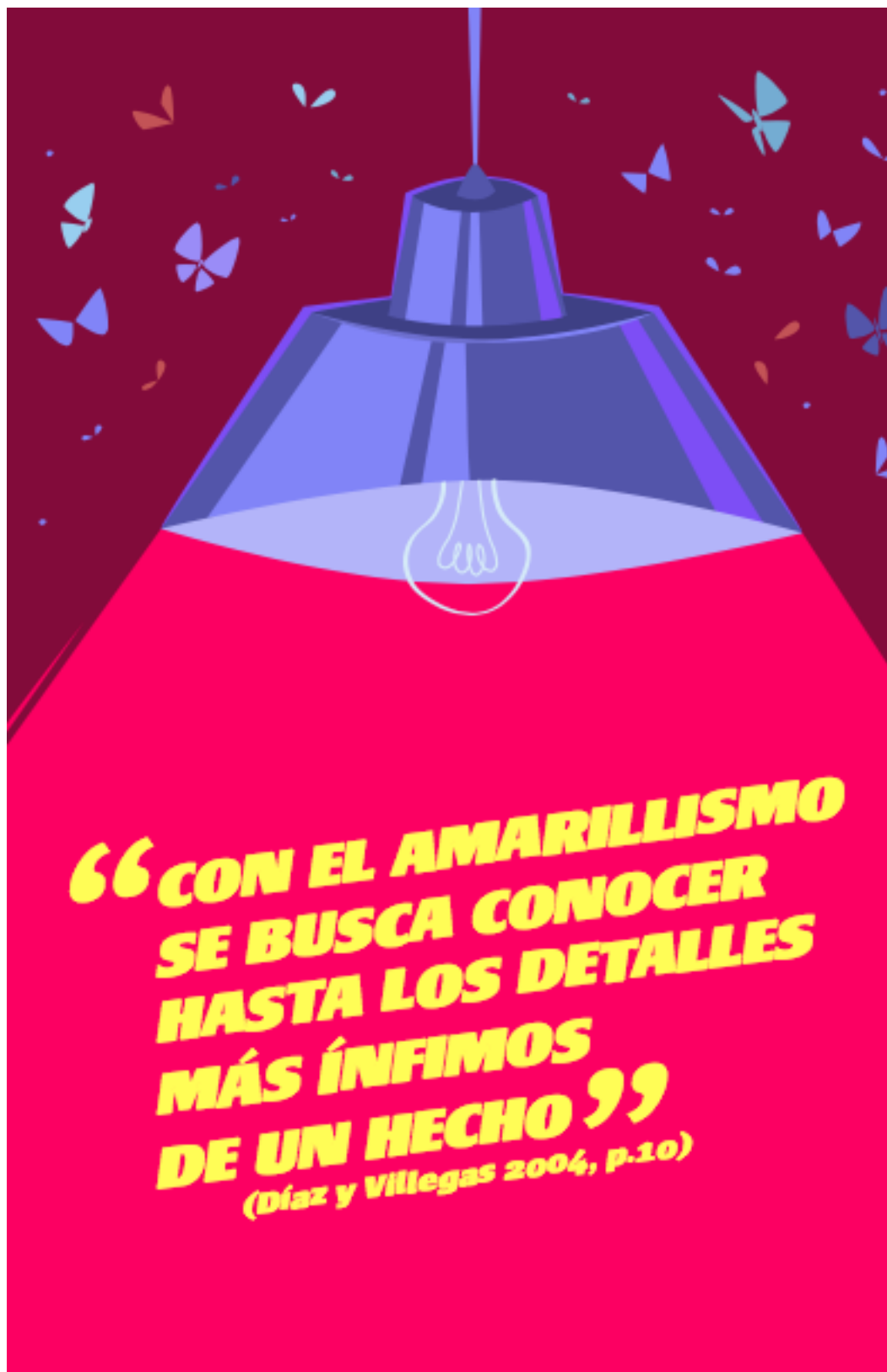
Para definirlo mejor, usaremos las palabras de Díaz y Villegas:

“ El sensacionalismo rompe con los lineamientos periodísticos de sujeción a la ‘realidad’ informativa y la ética para impresionar al espectador buscando despertar el ‘morbo’; con el agravante de que puede en muchos casos faltar a la verdad persiguiendo un mayor impacto sobre los lectores” (2004, p.10).

**EL MODUS OPERANDI DEL AMARILLISMO  
NO ES MÁS QUE SACAR A LA LUZ LOS  
DETALLES MÁS PROFUNDOS PARA QUE LA  
NOTA TENGA IMPACTO**

O, como lo define Díaz y Villegas, "con el amarillismo se busca conocer hasta los detalles más ínfimos y peculiares de un hecho, con el afán de encontrar circunstancias únicas y particulares que hagan de un suceso cualquiera, algo memorable y rentable" (2004, p.10).

En conclusión, la CR maneja al derecho y al revés tres tipos de lenguajes. El melodrama es la estrella por ser un estilo típico de latinoamérica al usar palabras o expresiones excesivas propias de las personas para apelar a la emoción del lector. Luego está el amarillismo que da los datos más íntimos. Y finalmente esta el sensacionalismo que agranda o le da más protagonismo a ciertos datos. Este cocktail de características hace a la crónica roja un género narrativo muy rico.





## INTRODUCCIÓN

En este capítulo se pretende mostrar los códigos deontológicos activos en algunos países de Europa y que se relacionan al contenido de las notas rojas. Los artículos legales más pertinentes de Alemania, Cataluña, Dinamarca, España e Italia serán contrastados con artículos de la Ley de Comunicación Orgánica del Ecuador (LOC). Luego de conocer información valiosa que manejan otros países para tratar la crónica roja, procederé a presentar mis recomendaciones para la buena práctica periodística.

Ecuador implementa la LOC en junio del 2013 para regular la transmisión de noticias. El reglamento de la LOC, obliga a la creación de códigos deontológicos que ya existían en los medios, pero por la disposición del artículo 8 de la LOC ahora deberían ser públicos.

**Art. 8.- Códigos deontológicos.-** Los medios de comunicación presentarán por primera vez sus códigos deontológicos a la Superintendencia de la Información y Comunicación hasta el 31 de diciembre del año en que entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación o hasta el 31 de diciembre del año de creación del medio de comunicación.

El manual de estilo o guía editorial forma parte del código deontológico. Los medios de comunicación distribuirán sus códigos deontológicos a todos sus trabajadores y colaboradores, y serán publicados en su página web si la tuviere.

Antes de empezar con el desarrollo de códigos deontológicos se debe tener muy claro que esto tiene que ver con la ética de la persona que esta relacionada con el control individual de cada persona para tomar decisiones sobre sí mismo como menciona Hazel Barnes, "la ética es un control interior que el individuo ejerce sobre sí mismo". Se trata, pues, de una ciencia normativa de la conducta que permite al periodista elegir, entre distintas opciones, cuál debe ser el camino correcto en el ejercicio de su profesión.

**Artículos pertinentes para evitar Incurrir en faltas y protegerse a la hora de tratar crónica roja**

## **REGLAMENTO DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN**

**Art. 9.- Formas de ejercer los derechos de rectificación y de réplica.-** El derecho de rectificación y el derecho de réplica que las y los ciudadanos realicen en los medios de comunicación audiovisuales puede efectuarse de las siguientes maneras: audio, video personal y carta. El medio de comunicación difundirá o publicará la rectificación o la réplica en el mismo espacio o programa en que se difundieron los contenidos que motivaron el reclamo.

**Art. 11.- Censura previa por omisión.-** La omisión deliberada y recurrente de información de interés público se configura como censura previa cuando dicho ocultamiento se hace con el fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero.

**Art. 12.- Información sobre posibles hechos delictivos.-** El registro de un hecho posiblemente delictivo que se haga por cualquier medio o tecnología, puede ser difundido a través de los medios de comunicación siempre que tal información no se haya producido en la etapa de indagación previa realizada por la Fiscalía.

**Art. 13.- Protección a la Identidad e Imagen.-** No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho posiblemente delictivo o en la investigación y el procesamiento judicial del mismo.

La misma prohibición opera para proteger la identidad e imagen de cualquier persona que haya sido víctima de un delito de violencia sexual o violencia intrafamiliar.

15

**“LA ÉTICA ES UN  
CONTROL INTERIOR  
QUE EL INDIVIDUO  
EJERCE SOBRE  
SÍ MISMO”**



Se exceptúan los testimonios de personas adultas que voluntaria y explícitamente dan su autorización para que los medios de comunicación cubran sus casos, siempre que esto tenga la finalidad de prevenir el cometimiento de este tipo de infracciones.

**Art. 30.- Defensor o Defensora de las Audiencias.-** De conformidad con el Art. 73 de la Ley Orgánica de Comunicación los medios de comunicación de alcance nacional contarán obligatoriamente con un defensor o defensora de sus audiencias y lectores.

**Art. 33.- Atribuciones y responsabilidades del Defensor o Defensora de las Audiencias y Lectores.-** Los y las defensoras de las audiencias y lectores tienen las siguientes atribuciones y responsabilidades:

- 1.- Atender los reclamos de los ciudadanos y procesarlos diligentemente.
- 2.- Realizar actos de mediación entre los ciudadanos y los medios de comunicación por los reclamos, propuestas y observaciones formuladas en relación al ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la Ley Orgánica de Comunicación.
- 3.- Comunicar a los ciudadanos la respuesta que dará el medio de comunicación a sus reclamos y vigilar que ésta sea publicada por el medio de comunicación en el mismo programa o espacio en que se difundió el contenido que motivó el reclamo.

**Art. 61.- Contenido discriminatorio.-** es 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, etc.



## **ARTÍCULO DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN QUE BUSCA DETERMINAR QUÉ ACTOS SE CONSIDERAN VIOLENTOS:**

**Art. 66.- Contenido violento.-** 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.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

## **ARTÍCULO DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN QUE DELIMITA LOS PARÁMETROS PARA PUBLICAR CUALQUIER TIPO DE INFORMACIÓN:**

**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.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación.

## LA CRÓNICA ROJA EN EUROPA: LEYES

### CÓDIGOS NACIONALES DE ÉTICA PERIODÍSTICA

#### Alemania

##### Código de prensa y directrices para secciones redaccionales

**Artículo 2.** Para la publicación textual e ilustrada de determinadas noticias e informaciones, deberá examinarse antes la veracidad de sus contenidos con el cuidado requerido por las circunstancias. No deberá desfigurarse ni alterarse su sentido mediante reelaboración, titulación o inserción de pies de foto o gráficos. (32-33)

Directriz 2.2. Las ilustraciones sustitutivas o complementarias, las ilustraciones simbólicas y las fotografías manipuladas o con otras alteraciones, han de caracterizarse o describirse como tales en su pie o texto de referencia, procurando que ello sea claramente perceptible incluso para el lector fugaz.

Directriz 8.4. La información sobre suicidios requiere comedimiento. Esto es principalmente aplicable a la especificación de nombres y a la descripción detallada de circunstancias concomitantes. La excepción se justifica cuando es un acontecimiento histórico y hay interés público por la información.

**Artículo 11.** Hay que prescindir de una desmedida exposición sensacionalista de violencia y brutalidad. En las informaciones debe tenerse en cuenta la protección de la juventud.

Directriz 11.1. En la información sobre amenaza y perpetración de actos violentos, la prensa ha de ponderar cuidadosamente el interés público de información frente a los intereses de las víctimas y afectados, pero no debe prestarse a que la conviertan en instrumento de delincuentes, ni debe emprender intentos de mediación entre criminales y policía.

Directriz 11.3. Comportamiento ante embargo noticioso acordado con autoridades. En la información sobre toda clase de violencia, la prensa acata retratamiento sin descuidar el deber fundamental de proporcionar informaciones. Sólo proceden acuerdos entre medios de difusión y policía cuando pueda protegerse o salvarse la vida y salud de víctimas y otros participantes mediante la actuación de periodistas. El requerimiento de las autoridades judiciales de que con miras al mejor esclarecimiento de crímenes se reduzca temporalmente la información, o se prescinda total o parcialmente de ella, lo acata la prensa siempre y cuando la respectiva solicitud esté convincentemente fundamentada y no se vincule a ello un embargo de noticias.

Directriz 11.4. Memorias de criminales.<sup>17</sup> la publicación de memorias de criminales es apropiada para propiciar el eco publicitario de un delincuente presunto o condenado, rebasando el grado de necesaria información al público. La descripción detallada de delitos bajo la perspectiva exclusiva de su autor, que posiblemente todavía está en prisión, es incompatible con la responsabilidad de la prensa. No deben llevarse a cabo entrevistas con delincuentes durante el proceso judicial.

**Artículo 13.** La información sobre procedimientos indagatorios y judiciales en marcha debe estar libre de prejuicios. Por eso la prensa evita toda toma de postura unilateral y pre juzgadora en la exposición y título, al comienzo y en el curso de un proceso de ese tipo. No se debe informar sobre fallos de tribunales antes de su publicación oficial, mientras no se den motivos muy relevantes que lo justifiquen.

Directriz 13.1. La información sobre procedimientos indagatorios y judiciales ha de ser cuidadosa e imparcial. Su finalidad es enterar al público acerca de delitos cometidos, su persecución y enjuiciamiento judicial. Hasta que no se haya dictado la sentencia, rige la presunción de inocencia. Las exposiciones e imputaciones de condenación previa son contrarias a la protección jurídico-constitucional de la dignidad humana, también aplicable a delincuentes.

Directriz 13.2. En la especificación de nombre y retrato de delincuentes, víctimas, sospechosos y otros afectados por un delito, se debe ponderar escrupulosamente el derecho de información al público por un lado, y el derecho de personalidad, por otro. El ansia de sensacionalismo no puede justificar la existencia de interés legítimo en información para el público. La especificación de nombre y/o retrato de sospechosos, inculcados de la perpetración de un grave crimen, sólo se justifica cuando es de interés para el esclarecimiento del delito, y además se den los requisitos previos para una orden de aprehensión.

Directriz 13.4. Con miras al futuro de los afectados, la prensa debe tener especial retraimiento en la información sobre delitos de menores, así como sobre su comparecencia ante el tribunal. Esta recomendación es aplicable mutatis mutandis a menores víctimas de delitos. En principio no existe reparo alguno contra la publicación de retratos y nombres de menores desaparecidos. Pero en todo caso, las correspondientes divulgaciones deben hacerse de acuerdo con la autoridad competente.

#### **Cataluña**

##### **Declaración de principios de la profesión periodística en Cataluña**

9. Respetar el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, especialmente en casos o acontecimientos que generen situaciones de a ficción o dolor, evitando la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias, especialmente cuando las personas afectadas lo expliciten.

#### **Dinamarca**

##### **El código nacional de la conducta**

9. Los suicidios o intentos de suicidio no deben ser mencionados, salvo que un obvio interés público requiera o justifique la cobertura informativa.

10. Se debe prestar mucha atención a las víctimas de crímenes o accidentes. La misma regla debe aplicarse a los testigos y personas concernientes. La obtención y reproducción de material fotográfico debe ser hecha con tacto y en forma cauta.

11. Debe establecerse una clara línea divisoria entre los textos noticiosos y los editoriales. Las fotografías y los textos producidos directa o indirectamente por intereses mercantiles deben ser presentados sólo si un claro criterio periodístico impulsa su publicación.

12. No deberá abusarse de la confianza de la gente. Se deberá poner especial atención a los sentimientos de las personas, a su ignorancia o falta de autocontrol.

### **España**

#### **Código deontológico de la profesión periodística**

C) las restricciones sobre intromisiones en la intimidad deberán observarse con especial cuidado cuando se trate de personas internadas en centros hospitalarios o en instituciones similares.

D) se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud, y se respetará el derecho a la intimidad de los menores.

### **Italia**

#### **Carta de los deberes de los periodistas**

El periodista no debe omitir hechos o detalles esenciales para la completa reconstrucción de un acontecimiento. Los titulares, los sumarios, las fotografías y las acotaciones no deben tergiversar ni violentar el contenido de los artículos o de los materiales informativos. No debe además publicar imágenes o fotografías particularmente escalofriantes de individuos, o que en cualquier caso lesionen la dignidad de la persona, ni debe extenderse en detalles de violencia o brutalidad, a menos que prevalezcan motivos de interés social. No debe presentar imágenes artificiosas de la realidad.

## CARTA DE MÚNICH

Fue un tratado firmado el 24 de noviembre 1971 y adoptada por la Federación Europea de Periodistas. Se convirtió en un referente europeo de ética periodística, distinguiendo diez deberes y cinco derechos. La carta incorpora los principios de la Carta de los deberes profesionales de los periodistas franceses escritos en 1918. Los puntos que convergen son: el principio de confidencialidad, la adición de un deber considera esencial y la protección de las fuentes periodísticas.

### **Diez deberes y cinco derechos**

Escrito en un estilo directo y conciso, que sea accesible a todos, los 15 artículos de la Carta caben en una página. La escritura es precisa, concreta y práctica. El texto pretende ser un ejercicio útil del periodismo guía diaria.

El primer artículo hace hincapié en que el periodista no debe dudar en tomar riesgos con el fin de respetar la verdad.

El artículo 10 recordar que funciona bajo su responsabilidad en su redacción.

El artículo 3 hace hincapié en el respeto de las fuentes y 7 en su protección.

Los artículos 4, 5 y 6 se centran en proteger a las personas: nombres y fotos.

Los artículos 8 y 9 definen con precisión los límites entre el periodismo y la comunicación.

El artículo 12 define el derecho a optar por la violación por parte del empleador de confianza con contrato a los lectores a ser por escrito.

El artículo 14 dice que el accionista debe comprometerse con el equipo editorial.

### **Los diez deberes de la carta**

1. Respetar la verdad cualquiera que sea las consecuencias para él, y que, debido al derecho del público a conocer la verdad
2. Defender la libertad de información, comentarios y críticas
3. Publicar información sólo conocida origen o acompañar, en su caso, salvedades; no suprimir información esencial ni alterar los textos y documentos.
4. No utilice métodos desleales para obtener noticias, fotografías y documentos.
5. Se comprometen a respetar la privacidad de las personas.
6. Rectificar cualquier información publicada que resulta inexacta.
7. Mantener la confidencialidad y no revelar la fuente de la información obtenida en la confianza.
8. Abstenerse de plagio, calumnia, difamación, acusaciones infundadas y de recibir algún beneficio, debido a la publicación o la supresión de las noticias.
9. Nunca confundir a un periodista con el de la publicidad o la propaganda; de rechazar cualquier, anunciantes directos o indirectos
10. Rechazar cualquier presión y de aceptar pedidos de redacción sólo es responsable de la escritura.

### **La carta de cinco derechos**

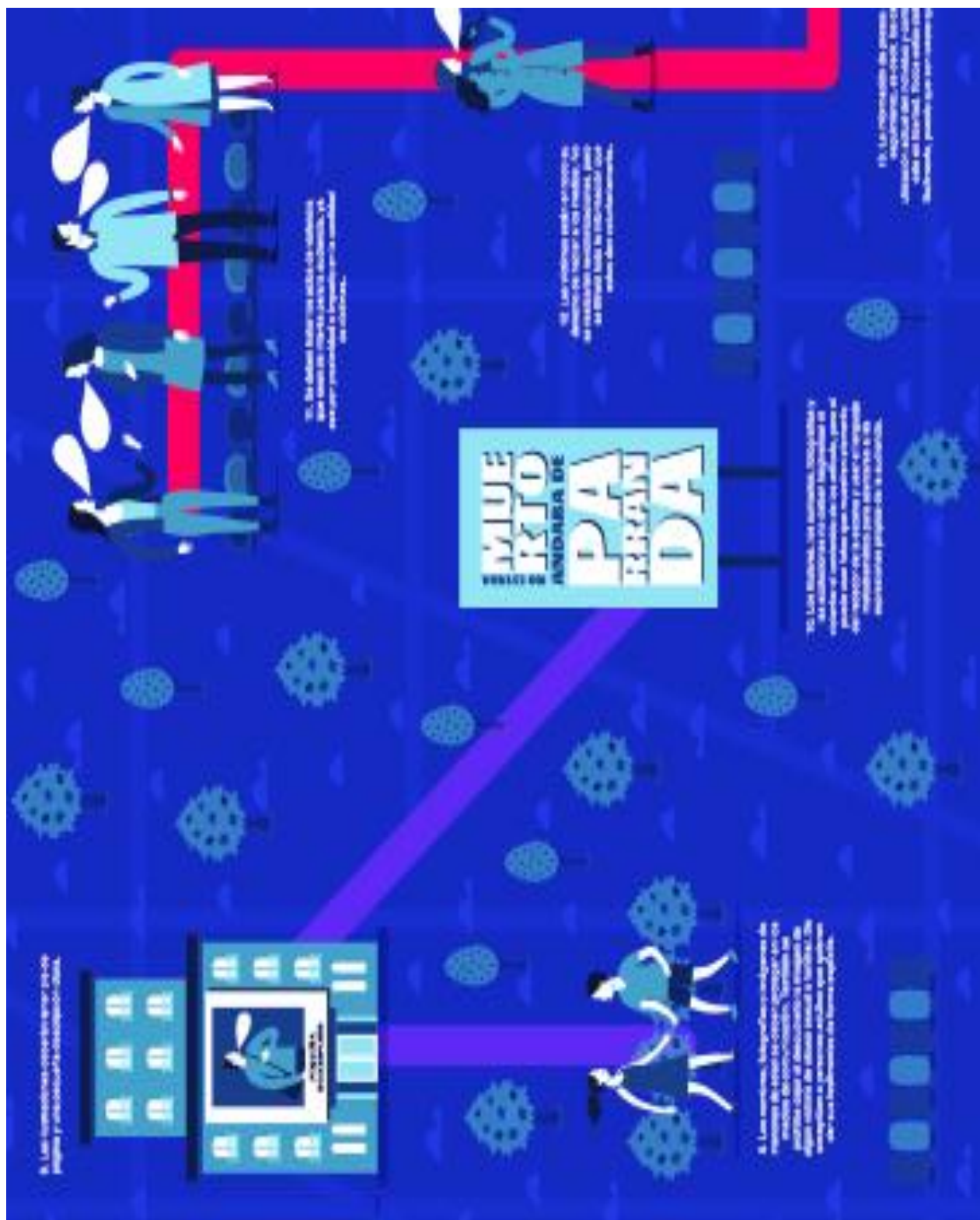
1. Los periodistas reclaman el libre acceso a todas las fuentes de información y el derecho de investigar libremente todos los hechos que determinan la vida pública. El secreto de los asuntos públicos o privados puede en este caso ser impugnada por el periodista que, salvo por motivos claramente expresadas.

2. El periodista tiene el derecho de rechazar la subordinación a cualquier cosa contraria a la línea general de la empresa, según se determina en la escritura de su contrato, así como cualquier subordinación que no está claramente implicado por esta línea general.
3. El periodista no puede ser obligado a realizar un acto profesional o para expresar una opinión contraria a sus convicciones o su conciencia
4. El equipo de redacción debe ser informado de cualquier decisión importante que pueda afectar a la vida de la empresa. Al menos debería ser consultado antes de una decisión final sobre todos los asuntos relacionados con la composición de la editorial: contratación, despido, traslado y periodista promoción.
5. En consideración a su función y responsabilidades, el periodista no tiene derecho sólo en beneficio de los convenios colectivos, sino también un contrato personal garantizando su seguridad física y moral, así como una tarifa igual a la función social que es suyo y suficiente para asegurar su independencia económica.














# BUENAS PRÁCTICAS

En este capítulo se destacan artículos que mezclan la parte legal y ética de los códigos ecuatorianos y europeos. Más que una crítica a las leyes actuales, es plantear ideas que protejan al periodistas y a las víctimas.

Los artículos se dividen en las siguientes secciones:

-  1.- Términos generales de comunicación (1-7)
-  2.- Estructura (8-10)
-  3.- Actos violentos, delictivos, homicidios y memorias (10-15)

## REFERENCIAS

Aarón, E. (2014). Construcción de la mirada sobre "la zona": melodrama, turismo y crónica roja. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Recuperado el 15 de noviembre de 2016 de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6785/2/TFLACSO-2014EAGP.pdf>

Álvarez, R. (3 marzo 2016). La Nota Roja mexicana: más de cien años del periodismo más escabroso que puedas imaginar. Magnet. Recuperado el 15 de noviembre de 2016 de <http://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/la-nota-roja-mexicana-mas-de-cien-anos-del-periodismo-mas-escabroso-que-puedas-imaginar>

Brunetti, P. (2011). Crónica roja y sensacionalismo: maneras de hacer, maneras de ver. Revista Oficios Terrestres. Universidad Nacional de Córdoba. Recuperado el 2 de noviembre de 2016 de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/viewFile/657/1029>

Díaz, M & Villegas, A. (2004). Perfiles de los exponentes de la crónica roja, ya retirados, en la Bogotá de 1948 hasta 2002. Universidad de Manizales, Colombia.

Jaramillo, F. (2010). Etnografía de producción en un medio masivo de comunicación impresa: el caso de las imágenes de crónica roja en el diario el Extra. Flacso. Quito, Ecuador.

Ley Orgánica de Comunicación. (2013, 13 de junio). Registro Oficial de la República de Ecuador, n22. Extraído el 26 de octubre de 2016 de: <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

Jácome,E.(2014). *Comunicación y crónica roja: elaboración de una propuesta de revista de crónica roja que respete los derechos de las personas involucradas en hechos violentos o delictivos*. Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador,

Reglamento general de la *Ley Orgánica de Comunicación*, (2014, 25 de julio), Gaceta Oficial de la República, Extraído el 26 de octubre de 2016 de: [http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/pdf-decreto\\_214-21-ene-2014.pdf](http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/pdf-decreto_214-21-ene-2014.pdf)

Villanueva,E & Armas,M, *Códigos europeos de ética periodística un análisis comparativo,s/f*,Fundación Manuela Buendía, Archivo PDF, 24 de enero de 2016

Zapata,S. (s/f). *El Espacio*. Biblioteca Nacional de Colombia. Ministerio de Cultura. Recuperado el 15 de noviembre de 2016 de <http://www.bibliotecanacional.gov.co/content/el-espacio>

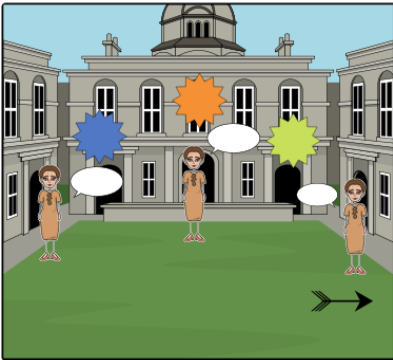

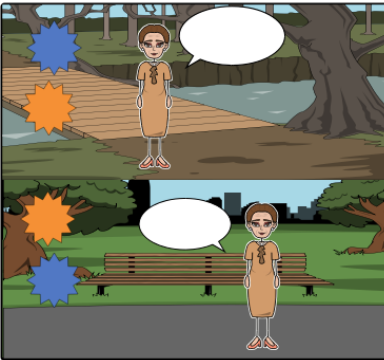
Zimmerman,M.(2011). *La crónica latinoamericana como espacio de resistencia al periodismo hegemónico*. Universidad Nacional de la Matanza departamento de humanidades y ciencias sociales. Buenos Aires, Argentina.





## 16 Producto comunicacional 2

### Reportaje 360 grados: “ El asesino de los matorrales ”

Plaza San Francisco	Cárcel	Parque Itchimbia y Machangara
		
<p>La presentadora narra los eventos que se dieron ahí. Hay video de entrevistas, imagenes de periódicos y la voz del policía infiltrado. Despegables •azul: audio •naranja: imagen •verde: video</p>	<p>presentadora introduce la importancia del lugar. Voz del psiquiatra, las dos periodistas y el video de la entrevista en la cárcel. Despegables •azul: audio •naranja: imagen</p>	<p>Descripción de los lugares en los que se encontró a las víctimas. Voz de asesino contando cómo las asesinaba. Despegables •azul: audio •naranja: imagen de noticias</p>

Tiempo	Acción	Diálogo
0:00	Plaza San Francisco	William Cumbajín es nombre que estremecería a muchos en 2002, pero hoy muchos no recuerdan o ni siquiera saben quién fue. Aquí en la Plaza de San Francisco el asesino de los matorrales durante 3 años encontró a sus víctimas bajo las mejores condiciones. Mujeres que no pudieron defenderse por alguna incapacidad física que se las impedía.
1:30		Fotos de recortes de periódicos
1:33	Machángara	Cumbajín se mezclaba con indigentes de la plaza para vigilar constantemente a sus futuras víctimas. Su táctica para conquistar era mandar pequeños regalos, sus preferidos los dulces y las flores, productos que él comercializaba en las calles de la capital. William tiene a su cargo 4 juicios por 6 muertes.
3:40		Llegó a manos de la justicia en 2004 después de que Washington Prieto de la brigada de homicidios de la policía judicial se infiltrara en el ambiente del asesino para dar con él.
4:10		

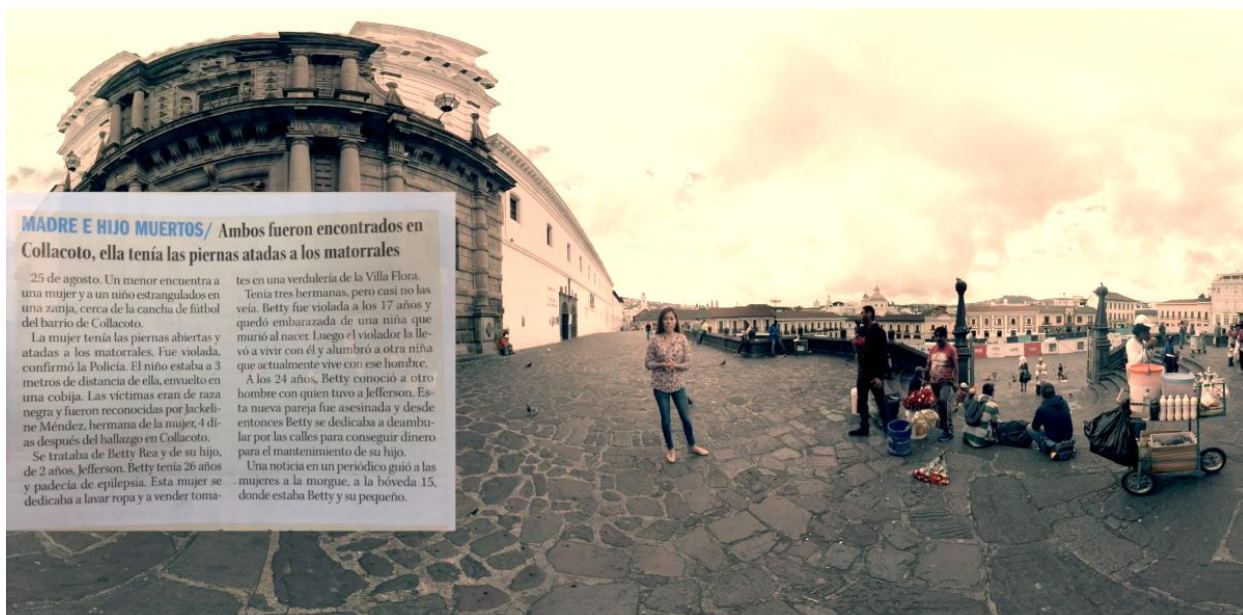
4:13		<p>Entrevista (video)</p> <p>Las víctimas tenían las mismas lesiones: desgarres en zonas íntimas, heridas en el rostro, garganta, pecho y abdomen. Siempre los cuerpos se encontraban en matorrales, por lo cual los medios le dieron el nombre de “El asesino de los matorrales”. Su primera víctima fue una niña de 8 años que tenía problemas mentales. Ella fue engañada por Cumbajín quien la violó y la dejó atada a unos matorrales en el Machangara.</p>
5:00 6:00 7:00 7:30 7:40 7:50 8:00	Ex penal García Moreno	<p>Recortes periódicos</p> <p>La mayor sorpresa era el modo de operar de Cumbajín y cómo logró mantenerse oculto por años.</p> <p>En este lugar fue entrevista por el programa Día a Día y en el reportaje el aclaraba el bienestar que sentía al estar ahí.</p> <p>Video Día a Día</p> <p>Muchos presos se logran reintegrar por las situaciones que viven en el penal. En 2004 Cumbajín era un hombre que se veían aún perturbado, pero que formaba parte de actividades que parecían estarlo rehabilitando.</p> <p>Entrevista psiquiatra</p> <p>Actualmente está acabando su pena en Latacunga y se esperaba que termine su condena a los 57 años.</p> <p>Entrevista Cumbajín</p>



Presentan:







### MADRE E HIJO MUERTOS/ Ambos fueron encontrados en Collacoto, ella tenía las piernas atadas a los matorrales

25 de agosto. Un menor encuentra a una mujer y a un niño estrangulados en una zanja, cerca de la cancha de fútbol del barrio de Collacoto.

La mujer tenía las piernas abiertas y atadas a los matorrales. Fue violada, confirmó la Policía. El niño estaba a 3 metros de distancia de ella, envuelto en una cobija. Las víctimas eran de raza negra y fueron reconocidas por Jackeline Méndez, hermana de la mujer, 4 días después del hallazgo en Collacoto.

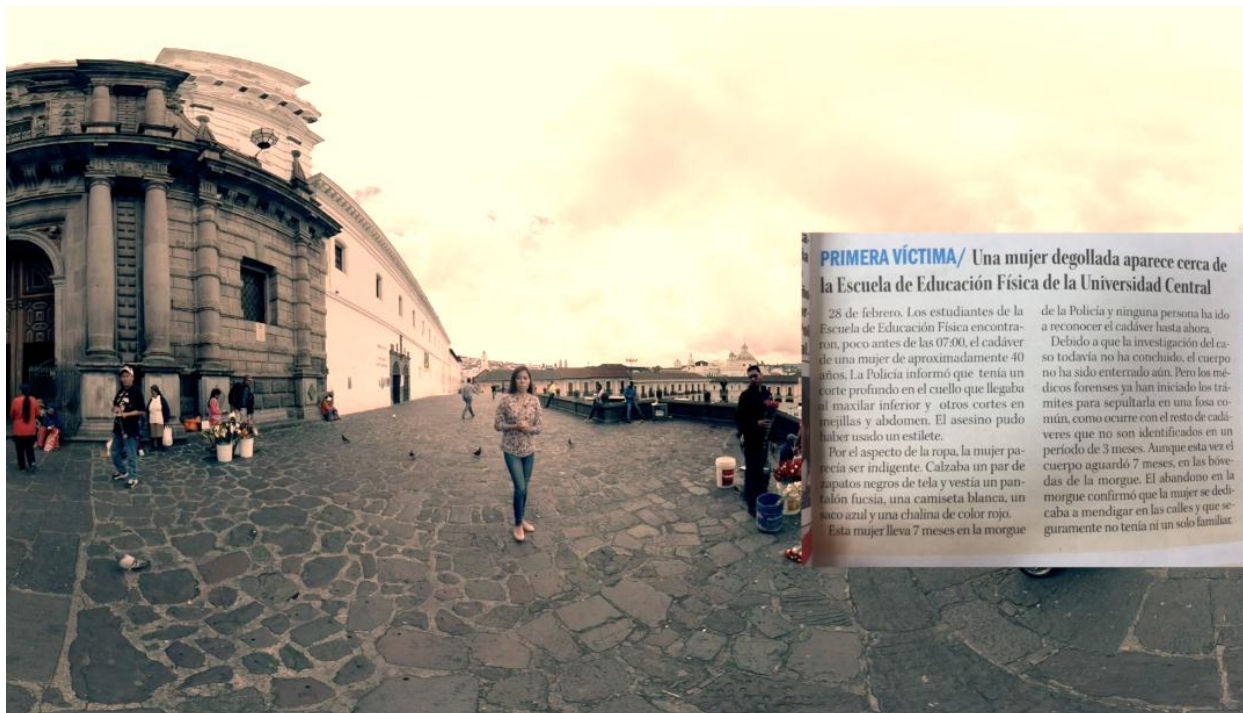
Se trataba de Betty Rea y de su hijo, de 2 años, Jefferson. Betty tenía 26 años y padecía de epilepsia. Esta mujer se dedicaba a lavar ropa y a vender toma-

tes en una verdulería de la Villa Flora. Tenía tres hermanas, pero casi no las veía. Betty fue violada a los 17 años y quedó embarazada de una niña que murió al nacer. Luego el violador la llevó a vivir con él y alumbró a otra niña que actualmente vive con ese hombre.

A los 24 años, Betty conoció a otro hombre con quien tuvo a Jefferson. Esta nueva pareja fue asesinada y desde entonces Betty se dedicaba a deambular por las calles para conseguir dinero para el mantenimiento de su hijo.

Una noticia en un periódico guió a las mujeres a la morgue, a la bóveda 15, donde estaba Betty y su pequeño.





### PRIMERA VÍCTIMA/ Una mujer degollada aparece cerca de la Escuela de Educación Física de la Universidad Central

28 de febrero. Los estudiantes de la Escuela de Educación Física encontraron, poco antes de las 07:00, el cadáver de una mujer, de aproximadamente 40 años. La Policía informó que tenía un corte profundo en el cuello que llegaba al maxilar inferior y otros cortes en mejillas y abdomen. El asesino pudo haber usado un estilete.

Por el aspecto de la ropa, la mujer parecía ser indigente. Calzaba un par de zapatos negros de tela y vestía un pantalón fucsia, una camiseta blanca, un saco azul y una chalina de color rojo. Esta mujer lleva 7 meses en la morgue

de la Policía y ninguna persona ha ido a reconocer el cadáver hasta ahora.

Debido a que la investigación del caso todavía no ha concluido, el cuerpo no ha sido enterrado aún. Pero los médicos forenses ya han iniciado los trámites para sepultarla en una fosa común, como ocurre con el resto de cadáveres que no son identificados en un periodo de 3 meses. Aunque esta vez el cuerpo aguardó 7 meses, en las bóvedas de la morgue. El abandono en la morgue confirmó que la mujer se dedicaba a mendigar en las calles y que seguramente no tenía ni un solo familiar.



### LA CERCENADA/ En Collacoto es hallada una mujer con las piernas atadas a los matorrales y cortada los genitales

23 de abril. Habitantes de Collacoto encuentran una mujer desnuda, con las piernas abiertas y atadas a los matorrales. La víctima tenía un corte en la pelvis, por donde le extrajeron los órganos.

Gracias a las fotos que se difundieron por la prensa y la televisión, la ciudadana es reconocida y fue a buscarla en la morgue. El nombre de la víctima era Evelin Morales, de 20 años.

Evelin vivía en La Bota con Washington Guachamín, quien la recogió en la Terminal Terrestre. Ella era mendiga y estaba embarazada de otro hombre. Washington se hizo cargo del hijo hasta que fue detenido en el 24 de Mayo

por un robo. El hijo de Evelin fue entregado entonces a un hogar infantil.

Evelin sufrió de ataques de epilepsia y ni siquiera tenía documentos. Ella decía que su familia es de Huancabamba.

Salía de su casa con el pretexto de visitar al conviviente en el ex penal García Moreno, en el sector céntrico de San Roque, y solo llevar la llave de su cuarto colgada en el cuello.

Así fue como se marchó el día que desapareció, aunque la familia Guachamín no precisó la fecha.

Lo cierto es que fue retirada de la morgue el 10 de mayo, 18 días después del machazo hallado en Collacoto.

### MADRE E HIJO MUERTOS/ Ambos fueron encontrados en Collacoto, ella tenía las piernas atadas a los matorrales

25 de agosto. Un mesar encuestado a una mujer y a un niño estrangulados en una zona, cerca de la cancha de fútbol del barrio de Collacoto.

La mujer tenía las piernas abiertas y atadas a los matorrales. Fue violada, confirmó la Policía. El niño estaba a 3 metros de distancia de ella, envuelto en una cobija. Las víctimas eran de raza negra y fueron reconocidas por Isabella Alondra, hermana de la mujer. 4 días después del hallazgo en Collacoto.

Se trataba de Betty Bea y de su hijo, de 2 años, Jefferson. Betty tenía 28 años y padecía de epilepsia. Esta mujer se dedicaba a lavar ropa y a vender tomá-

tes en una veredera de la Villa Flora. Tenía tres hermanas, pero casi no las veía. Betty fue violada a los 17 años y quedó embarazada de una niña que murió al nacer. Luego el violador la llevó a vivir con él y almorzó a otra niña que actualmente vive con ese hombre.

A los 24 años, Betty conoció a otro hombre con quien tuvo a Jefferson. Esta nueva pareja fue asesinada y desde entonces Betty se dedicaba a mendigar por las calles para conseguir dinero para el mantenimiento de su hijo.

Una noticia en un periódico ganó a las mujeres a la morgue, a la bóveda 15, donde estaba Betty y su pequeño.



















## **17 Entrevistas**

### **18 Juan Carlos Riofrío**

Obtuvo sus títulos de Abogado y de Doctor en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y cuenta con una especialización en Derecho de las Telecomunicaciones por la Universidad Andina Simón Bolívar. Además obtuvo el título de Licenciado en Derecho Canónico por la Pontificia Università della Santa Croce, en Italia, que lo habilita para ejercer la profesión en Roma y en tribunales eclesiásticos de todo el mundo.

Su aporte en esta investigación está relacionada a su completo estudio de la Ley Orgánica de Comunicación.

### **19 Abogado Henry Tobar**

Abogado de diario El Comercio. Su aporte se enfocó en explicar términos legales y percepción de varios artículos de la LOC. Además, apoyó en la identificación de los códigos deontológicos en Ecuador.

### **20 Carolina Mella**

Carolina Mella, periodista documentalista, forma parte del programa de Visión 360 en Ecuavisa. Realizó su masterado en España con un documental e 360 grados. Su aporte se dio para estructurar la producción de mi proyecto 360. Además, me proporcionó varios métodos para grabación y posproducción.



**21 Ángela del Castillo**

Periodista del programa Día a Día en Teleamazonas. En 2006 fue la reportera que ingresó al ex penal García Moreno para entrevistar a William Cumbajín. Su aporte en este proyecto fue compartir sus experiencias con el asesino de los matorrales y proporcionar el cd del reportaje de 2006.

**22 Dr. Jorge Ortiz**

Psicólogo del ex penal García Moreno que tuvo contacto con William Cumbajín dentro y fuera de prisión. Su aporte en el video fue contar su percepción de Cumbajín como culpable de los asesinatos y explicación de el funcionamiento de la clínica de conducta.

## 23 Presupuesto video 360

	Item	V. Unitario	Unidad	Valor real		Costos	
				Costo Unitario	Subtotal	Costo Unitario	Subtotal
<b>Personal</b>	Periodista	160	horas	\$5,00	\$800,00	\$5,00	\$800,00
	Editor 360	50	horas	\$6,00	\$300,00	\$6,00	\$300,00
	Camarógrafo	20	horas	\$6,00	\$120,00	\$6,00	\$120,00
	Diseñador	30	horas	\$6,00	\$180,00	\$6,00	\$180,00
<b>Equipo</b>	Cámara 360 Alquiler	8	días			\$25,00	\$200,00
	Lavalier	11	días			\$18,00	\$198,00
	Baterías	1	paquete	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
	Computadora propia	90	días	\$0,70	\$63,00		
	Computadora alquiler	91	días			\$22,00	\$2.002,00
	Gafas propias	7	días	\$2,00	\$14,00		
	Trípode Alquiler	8	días			\$15,00	\$120,00
<b>Transporte</b>	Bus	10	viajes	\$0,25	\$2,50	\$0,25	\$2,50
	Taxi	1	viajes	\$3,50	\$3,50	\$3,50	\$3,50
<b>Alimentación</b>	Comida	3	almuerzo	\$5,00	\$15,00	\$5,00	\$15,00
<b>Comunicación</b>	Teléfono móvil	4	recargas de saldo	\$3,00	\$12,00	\$3,00	\$12,00
	Electricidad	140	horas	\$0,08	\$11,20	\$0,08	\$11,20
	Internet	120	horas	\$0,05	\$6,00	\$0,05	\$6,00
<b>Otros</b>	Material de oficina	40	impresiones	\$0,05	\$2,00	\$0,05	\$2,00
	Material de oficina	6	carpetas	\$0,65	\$3,90	\$0,65	\$3,90
	Proyecto	1	proyecto	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
<b>Valoración ideal</b>				<b>Subtotal</b>	<b>\$1.638,10</b>	<b>Subtotal</b>	<b>\$4.081,10</b>
				<b>Contingencia 25%</b>	<b>\$409,53</b>	<b>Contingencia 25%</b>	<b>\$1.020,28</b>
				<b>Total sin IVA</b>	<b>\$2.047,63</b>	<b>Total sin IVA</b>	<b>\$5.101,38</b>
				<b>IVA</b>	<b>\$286,67</b>	<b>IVA</b>	<b>\$714,19</b>
				<b>TOTAL</b>	<b>\$2.334,29</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$5.815,57</b>

## 19. Calendario



timeanddate.com

## enero 2017 (Ecuador)

febrero 2017

d	l	m	j	v	s
			1	2	3
4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27
28					

dom	lun	mar	mie	jue	vie	sab
1 Día de Año Nuevo	2	3	4	5 ☾ 1st Quarter	6	7
8	9 Inicio de clases	10	11 Reunión animador Jorge Flores	12 ☽ Full Moon	13	14
15	16	17 Diseño porta, contraportada y carátulas	18 Capítulo 1 terminado	19 ☾ 3rd Quarter	20	21
22	23 Entrevista Carlos Riofrío	24 Entrevista Giss Haro	25	26	27 ☉ New Moon	28
29	30	31	1	2	3 ☾ 1st Quarter	4



## febrero 2017 (Ecuador)

marzo 2017

d	i	m	j	v	s
		1	2	3	4
5	6	7	8	9	10
12	13	14	15	16	17
19	20	21	22	23	24
26	27	28	29	30	31

dom	lun	mar	mie	jue	vie	sab
29	30	31	1	2	3 ☾ 1st Quarter	4
5	6	7	8 Borrador final enfoque	9	10 ☽ Full Moon	11
12	13	14	15 Capítulo 1 terminado	16 Espera revisión Juan Carlos	17 Entrevista ángela del Castillo	18 ☽ 3rd Quarter
19	20	21	22	23	24	25
26 ☾ New Moon	27 Lunes de Carnaval	28 Martes de Carnaval	1	2	3	4 Día especial laboral (Compensación por el Lunes e Carnaval)



## marzo 2017 (Ecuador)

abril 2017

d	l	m	j	v	s
					1
2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	

dom	lun	mar	mie	jue	vie	sab
26  New Moon	27 <b>Lunes de Carnaval</b>	28 <b>Martes de Carnaval</b>	1	2	3	4 <small>Día especial laboral (Compensación por el Lunes e Carnaval)</small>
		Capítulo 2 terminado			Entrevista Dr. Jorge Ortiz	
5  1st Quarter	6	7	8	9	10	11 <small>Día especial laboral (Compensación por el Martes de Carnaval)</small>
					Grabación 360 plaza	
12  Full Moon	13	14	15	16	17	18
		Capítulo 3 terminado			Grabación 360 machangara	
19	20  3rd Quarter	21	22	23	24	25
					Grabación 360 ex penal	
26	27  New Moon	28	29	30	31	1



## abril 2017 (Ecuador)

mayo 2017

d	l	m	j	v	s
1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
14	15	16	17	18	19
21	22	23	24	25	26
28	29	30	31		

dom	lun	mar	mie	jue	vie	sab
26	27  New Moon	28	29	30	31	1
		Edición 1 360		Capítulo 4 terminado		
2	3  1st Quarter	4	5	6	7	8
		Edición 2 360				
9	10	11  Full Moon	12	13 <small>Jueves Santo</small>	14 <small>Viernes Santo</small>	15 <small>Sábado de Gloria</small>
		Edición 3 360		Capítulo 5 terminado		
16 <small>Pascua</small>	17	18	19  3rd Quarter	20	21	22
		Edición 4 360		Prueba 360	Prueba 360	
23	24	25	26  New Moon	27	28	29
30	1 <small>Día del Trabajo</small>	2  1st Quarter	3	4	5	6



## mayo 2017 (Ecuador)

junio 2017

d	l	m	m	j	v	s
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

dom	lun	mar	mie	jue	vie	sab
30	1 <i>Diá del Trabajo</i>	2 ☾ 1st Quarter	3	4	5	6
		Edición final 360	Edición final manual			
7	8 Entrega de dos productos	9	10 ☽ Full Moon	11	12	13
14	15	16	17	18 ☾ 3rd Quarter	19	20
21	22	23	24 <i>Batalla de Pichincha</i>	25 ● New Moon	26	27
28	29	30	31	1 ☽ 1st Quarter	2	3