



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TESIS DE GRADO:

ANÁLISIS DEL GRAFISMO DEL NOTICIERO TELEMUNDO DEL CANAL
TELECOSTA UTILIZADO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2017.

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE:

DISEÑADOR GRÁFICO MENCIÓN COMUNICACIÓN VISUAL

AUTOR:

JULIO ADRIAN ALBUJA ESTUPIÑAN

ASESORA:

MGT. NURIA REY SOMOZA

ESMERALDAS, 2017

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de estudio de caso aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de DISEÑADOR GRÁFICO.

Presidente del Tribunal de Graduación

Lector 1: Mgt. David Puente Holguin

Lector 2: Mgt. Cristina Marmolejo Cueva

Director de Escuela: Mgt. David Puente Holguin

Director de Tesis: Mgt. Nuria Rey Somoza

Esmeraldas..... de agosto de 2017

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Quien suscribe Julio Adrian Albuja Estupiñan con cédula de ciudadanía N°171448464-7, declaro que la investigación expuesta en el presente trabajo de tesis a excepción del contenido citado de diferentes fuentes de información es de mi total autoría y responsabilidad.

JULIO ADRIAN ALBUJA ESTUPIÑAN
C.I. 1714484647

AGRADECIMIENTO

Familia.

Novia.

Asesora.

Maestros.

Amigos

y a todos los seres de luz que iluminaron mi camino.

Julio A.

DEDICATORIA

Dedicado a mis viejos, con mucho amor.

Julio A.

Contenido

INTRODUCCIÓN	10
<i>Presentación del tema.....</i>	<i>10</i>
<i>Planteamiento del problema</i>	<i>10</i>
<i>Justificación</i>	<i>11</i>
<i>Objetivos</i>	<i>12</i>
1. CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	13
1.1. <i>Bases teórico-científicas</i>	<i>13</i>
1.1.1. <i>Diseño Audiovisual</i>	<i>13</i>
1.1.2. <i>Grafismo Televisivo</i>	<i>14</i>
1.1.2.1. <i>La identidad audiovisual corporativa</i>	<i>15</i>
1.1.2.2. <i>La Continuidad.....</i>	<i>16</i>
1.1.3. <i>Grafismo en los medios Informativos.....</i>	<i>18</i>
1.1.3.1. <i>Tipos de Grafismo Informativo</i>	<i>19</i>
1.1.3.2. <i>Elementos que componen un Informativo</i>	<i>21</i>
1.2. <i>Antecedentes.....</i>	<i>29</i>
1.3. <i>Marco legal.....</i>	<i>31</i>
2. CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	32
2.1. <i>Tipo de Estudio</i>	<i>32</i>
2.2. <i>Definición conceptual y operacionalización de las variables.....</i>	<i>33</i>
2.3. <i>Métodos.....</i>	<i>34</i>
2.4. <i>Técnicas e instrumentos</i>	<i>35</i>
2.5. <i>Análisis de datos</i>	<i>36</i>
3. CAPITULO III: RESULTADOS.....	38
4. CAPITULO IV: DISCUSIÓN.....	52
5. CAPITULO V: CONCLUSIONES	54
6. CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	55
Bibliografía	56
ANEXOS.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Detalle de una carta y un titular de periódico..	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2: Infograma de mapa.....	20
Figura 3: Infografía detallando un atentado.....	20
Figura 4: Cabecera noticiero 24 horas de Teleamazonas	21
Figura 5: Cabecera noticiero Televistazo de Ecuavisa	22
Figura 6: Cabecera del bloque de deportes del noticiero 24 horas	22
Figura 7: Titulares de Telesur	22
Figura 8: Separador de una noticia internacional a la sección de economía canal CNN 24	
Figura 9: Nombre de invitado noticiero 24 horas.	25
Figura 10: Lugar y detalle de la noticia, noticiero 24 horas.	25
Figura 11: Barra informativa en la parte inferior, canal CNN y Telesur.....	25
Figura 12: Overshoulder noticiero de canal Uno.....	26
Figura 13: Overshoulder del noticiero DW, CBC y 24 Horas respectivamente.	27
Figura 14: Imagen visual de Teleamazonas y Rusia Today	28
Figura 15: Cierre con créditos en scroll del noticiero de Televisa	28
Figura 16: Cabecera del noticiero.....	38
Figura 16: Cabecera del bloques.....	39
Figura 17: Titulares.....	40
Figura 18: Cortinillas.....	40
Figura 19: Refles.....	41
Figura 20: Overshoulders.....	42
Figura 21: Moscas.....	43
Figura 22: Cierres	43
Figura 23: Infograma.....	44
Figura 24: mapa de categoría – ficha de observación.....	44
Figura 25: Comparación entre Telecosta y Cabecera del Noticiero	46
Figura 26: Comparación entre Telecosta y cabecera de bloque	46
Figura 27: Comparación entre Telecosta y titulares.....	47
Figura 28: Comparación entre Telecosta y cortinillas	48
Figura 29: Comparación entre Telecosta y Rieles	48
Figura 30: Comparación entre Telecosta y overshoulders.....	49

Figura 31: Comparación entre Telecosta y Mosca	49
Figura 32: Comparación entre Telecosta e infograma.....	50
Figura 33: Mapa de categoría – ficha comparativa.....	50

RESUMEN

La presente investigación tiene como fin estudiar el Grafismo del noticiero Telemundo de Telecosta dentro del primer semestre del 2017, donde se pretende identificar y extraer características concretas de los elementos de continuidad y elementos gráficos. Por lo tanto se analizará si mantiene una coherencia gráfica entre el noticiero y el canal.

Para este trabajo se abordó un enfoque cualitativo de investigación, centrado en un alcance descriptivo ya que, mediante el análisis de la línea gráfica del noticiero del canal Telecosta se podrán exponer unas conclusiones acerca de sus aplicaciones, sus aspectos negativos y positivos según las tendencias y la identidad gráficas del canal. Se utilizó una ficha de observación y una ficha de comparación, para la ficha de comparación se seleccionó una muestra de expertos en el área del diseño gráfico, los cuales fueron los/las graduados/as en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas.

Con el análisis e interpretación de datos los resultados reflejaron una aplicación errónea e intermitente de los elementos de continuidad, el elemento principal que es la cabecera del noticiero no refleja coherencia con la identidad visual del canal. Como conclusión esto refleja la falta de criterios teóricos al momento de la creación y aplicación.

ABSTRACT

The present research aims to study the Telecosta Telemundo newscast in the first half of 2017, where it is intended to identify and extract specific characteristics of the elements of continuity and graphic elements. Therefore it will be analyzed if a graphic coherence between the newsreel and the channel is maintained.

For this work, a qualitative research approach was adopted, focusing on a descriptive scope, by analyzing the graphic line of the Telecosta news channel and presenting some conclusions about its applications, its negative and positive aspects according to trends and the graphic identity of the channel. An observation chart and a comparison chart were used. For the comparison sheet, a sample of experts in the area of graphic design was selected, who were graduates of the Pontificia Universidad Católica del Ecuador and headquartered in Esmeraldas.

With the analysis and interpretation of data the results reflected an erroneous and intermittent application of the elements of continuity, the main element that is the head of the newsreel does not reflect coherence with the visual identity of the channel. In conclusion, this reflects the lack of theoretical criteria at the time of creation and application.

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema

Análisis del grafismo del noticiero Telemundo del canal Telecosta utilizado en el primer semestre del 2017.

El diseño gráfico como disciplina transversal, interviene en diferentes áreas, entre éstas la comunicación, siendo los medios de comunicación masiva, espacios de trabajo que requieren en gran medida de las estrategias comunicacionales propias del diseño para cumplir con su propósito de difusión de manera clara y eficiente.

Los procesos y productos de diseño gráfico que forman parte de programas de televisión constituyen lo que se denomina como “grafismo”, y su función es captar la atención del televidente al momento de difundir información, propendiendo a una comunicación visual correcta y jerarquizada del mensaje. El grafismo en los noticieros ayuda a diferenciar la introducción, secciones, temas, transiciones y secuencias que se presentan al espectador.

Planteamiento del problema

En el noticiero, la programación cumple un rol fundamental dentro de los medios de comunicación, consiste en la presentación organizada de los contenidos a ser difundidos según el tipo de audiencia, información u horario. En este sentido, el canal que se ha seleccionado como objeto de estudio de la presente investigación “Telecosta” no es la excepción y dentro de su estructura, se establecen 3 emisiones diarias (matutina, medio día y horario estelar) del noticiero, por lo cual se mantiene un gran periodo de tiempo al aire y refleja la gran importancia que posee como medio informativo local. Por ello, el programa de noticias debe estar en la vanguardia y reflejar una identidad gráfica coherente a las tendencias y a su conjunto dentro de un determinado canal. En ese sentido, se plantean las siguientes interrogantes: ¿El grafismo utilizado refleja la identidad del canal

o la del noticiero? ¿El grafismo funciona como apoyo de la noticia narrada? ¿El grafismo de este espacio audiovisual encaja con las tendencias que se mantienen en la actualidad?

Partiendo de estas dudas podemos analizar si la identidad visual del noticiero fue desarrollada de manera empírica o en base a identidades visuales de noticieros ajenos. Cualquiera de las dos opciones no garantiza brindar una comunicación eficiente ni obtener alta sintonía como las agencias de noticias a nivel nacional o internacional.

Justificación

El aporte tecnológico de la profesión del diseño gráfico y la comunicación visual, permite desarrollar propuestas comunicacionales a través de recursos como la multimedia que mantiene una relación coherente con el objetivo de los canales de televisión y su programación, en donde el noticiero cumple un papel importante desde la perspectiva de generar la difusión de información que sea percibida con claridad por la comunidad. En este sentido, el canal local “Telecosta” se ha adaptado a los cambios y requerimientos de una sociedad cada vez más globalizada debido a la incursión de la Internet. El noticiero de “Telecosta” intenta implementar soluciones gráficas que permitan cumplir con la comunicación eficiente y estética del mensaje.

El Canal Telecosta se transmite desde el año 1972, convirtiéndose en el primer canal en la provincia de Esmeraldas. Fue creado por un grupo de visionarios de la mano de Héctor Endara Endara, y en la actualidad mantiene el legado de sus fundadores que es informar, entretener y educar mediante diferentes espacios de comunicación. Al momento de desarrollar la presente investigación, se encuentran incursionaron en las redes sociales, migrando el contenido acorde a los nuevos tiempos, ya que poseen una señal que se puede ver online las 24h del día en la página web.

En la actualidad no existe una investigación profunda desde el diseño gráfico dentro los programas informativos en la ciudad de Esmeraldas, ni fuentes o estudios que puedan aportar un punto de partida para la relación más efectiva del grafismo con la información televisiva. Por ello, el análisis dentro de la pre-producción gráfica del noticiero

Telemundo se vuelve importante y puede determinar si los elementos gráficos que utilizan mantienen coherencia con la marca institucional y el lenguaje audiovisual del noticiero.

Los beneficiarios de esta investigación son los profesionales del diseño gráfico y audiovisual en el contexto televisivo esmeraldeño, los productores del canal y el público espectador del noticiero. También puede convertirse en el punto de partida para futuras investigaciones cuya finalidad sea la de mejorar el grafismo de este tipo de programas.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el grafismo del Noticiero Telemundo del canal Telecosta utilizado en el primer semestre del 2017

Objetivos Específicos

- Descomponer las características de legibilidad, función y aplicación de los elementos de continuidad gráfica y visual que se incluyen en el noticiero Telemundo de Telecosta.
- Comparar los componentes gráficos a nivel cromático, tipográfico y de forma del noticiero con la identidad corporativa del canal.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teórico-científicas

1.1.1. Diseño Audiovisual

El diseño audiovisual es una disciplina relativamente joven que nace como una rama del Diseño Gráfico, y que se ha ido reinventando constantemente. Apareció en sus primeras manifestaciones en el cine representando de manera gráfico-textual las introducciones y diálogos, y poco a poco fue evolucionando con la aparición de la televisión como medio de comunicación masiva hasta llegar a su desarrollo actual por medio de la informática. Rafols y Colomer (2003) mencionan que el objetivo del diseño audiovisual es buscar soluciones a problemas comunicativos ligados a medios que utilizan la imagen como forma natural de transmisión de contenidos (p.9). Acorde con esta idea, Herreros (1995, p. 188) menciona que “el diseño audiovisual está integrado por sistemas auditivos y visuales, la conjunción de ambos sentidos perceptores permite una síntesis capaz de fundir dos subsistemas en uno solo para producir un sistema nuevo y diferente”.

Por lo tanto, dentro del sistema visual el diseño gráfico cumple el rol fundamental para poder solucionar los problemas de comunicación, para ello, utiliza los recursos gráficos apropiados para dar sentido a la secuencia narrativa. Ese es el momento donde el diseño y el audiovisual se unen, tal como lo afirma Herèdia (2015, p. 314) “el diseño audiovisual surgió cuando el diseño gráfico y el lenguaje audiovisual confluyeron en la utilización del color, la tipografía y la forma gráfica como recursos narrativos audiovisuales”.

El diseño audiovisual no tiene autonomía propia, sirve para conformar las características de las escenas, teniendo como funciones principales la organización, información, persuasión y simbolización de los mensajes que transmite. Para explicar mejor estas funciones detallamos ejemplos mencionados por Paz (2011, p. 27) que suceden en la programación actual:

Organización

Para mantener la organización se utilizan piezas gráficas que ayuden a darle forma a la programación del canal, como el paso a los cortes comerciales, mencionar el programa que se emite a continuación e identificar que canal está viendo el espectador.

Información

Para la transmisión de información en casos como análisis microscópicos o la exploración de Marte, es indispensable la creación de una gráfica no realista pero que dé la suficiente información del acontecimiento, también en los comerciales donde el interés de informar de manera correcta y en poco tiempo se debe mantener un hilo conductor entre audio y video.

Persuasión

La tercera función es la persuasión, la cual está más ligada a la actividad comercial y busca una relación más personal con el espectador. Para cumplir con esta función se busca una estética que posea un gran poder de seducción y de esta manera sea la primera forma de atrapar al espectador, creando estímulos que acerquen al espectador hacia el producto.

Simbolización

Por último la simbolización, es la relación que posee una gráfica y un logotipo con un producto o marca; de igual manera el diseño audiovisual ayuda a relacionar esos sentimientos abstractos del espectador hacia el producto, y para llegar a ese objetivo se utilizan recursos como la música, los efectos de audio, el movimiento y ritmo visual, la forma, el color, etc.

1.1.2. Grafismo Televisivo

Como anuncia Costa (2005, p. 15) “la televisión es más de 500 años más joven que el grafismo. También es 40 años más joven que el diseño de imagen corporativa y 15 años más joven que la Bauhaus” , lo cual demuestra que es una disciplina reciente en comparación con las otras ramas del diseño gráfico, pero ha ganado

terreno en estos últimos 40 años gracias a la accesibilidad que ha tenido la televisión dentro de las sociedades. Con la llegada del diseñador Saul Bass y su elaboración de títulos para la película “Carmen Jones” del director Otto Preminger en 1954, el grafismo empieza a ser considerado como parte integral de un producto audiovisual: no sólo utilizado en su aspecto informativo sino también para crear una atmósfera que introduzca al espectador en el clima emocional de la película (Romero, 2016, p. 3)

Pacheco (2005), destaca dos puntos importantes sobre la finalidad del grafismo; el primero, que sirve para identificar el tipo de información, y segundo, el tratamiento semántico en un determinado aspecto de la secuencia. De la misma manera, Rafol y Colomir, (2003) señalan “que el grafismo tiene la doble función de actuar en la definición de la identidad del canal y desempeñar un papel importante en la elaboración de los programas.” (p.80). Los dos autores se refieren a la identidad audiovisual corporativa como el canal para diferenciar entre canales y programas de televisión. Un concepto fundamental para comprender los procesos y productos del grafismo es la continuidad, que ayuda a mantener la jerarquía de inicio a fin de un programa. Estos dos aspectos van de la mano para generar identidad y diferenciación. A continuación, se explicarán mejor estos conceptos y características de la identidad audiovisual corporativa y la continuidad.

1.1.2.1.La identidad audiovisual corporativa

El diseño gráfico tiene vital importancia en la creación de imágenes de cualquier empresa, con igual presencia para medios de comunicación y mantiene una estrecha relación con la identidad corporativa, tal como cita Hervás (2002):

La identidad corporativa, es decir, lo que habitualmente conocemos como la imagen, es un elemento fundamental en nuestra sociedad de comunicación de masas. En el caso de la televisión, cuyo producto es precisamente la difusión de imágenes a millones de espectadores, el

tratamiento de la propia imagen, entendida como identidad, es un factor primordial (Hervás, 2002, p. 33).

De igual manera, Groisman (2007, p.30) señala que los avances de programación, los llamados a la solidaridad, los flashes informativos, y fundamentalmente la publicidad institucional, constituyen el soporte más evidente de la identidad corporativa.

Por lo tanto, dentro de los canales de televisión la identidad visual ayuda a diferenciar su programación: los programas poseen autonomía pero tienen que formar parte de un todo. Es decir, tienen que resaltar la imagen del canal para dar personalidad y posicionarse en el panorama televisivo.

Costa (2011) detalla pasos o etapas a considerar para una evaluación correcta de la creación o rediseño de una identidad de canal:

- El canal como cliente debe proporcionar un briefing detallando tipo de audiencia, programas detallados, personalidad del canal y la imagen a la que se aspira
- Se tiene en cuenta la filosofía del canal, la línea informativa y el posicionamiento que mantiene en el medio televisivo.
- Se debe detallar el porqué de la nueva imagen o rediseño y cuál es la realidad actual.
- Se deben definir las características fundamentales y la imagen que quieren transmitir dentro y fuera de ella.

1.1.2.2. La Continuidad

La continuidad está constituida por un conjunto de identificadores corporativos gráficos y sonoros que pueden ser sometidos a cambios con mayor o menor frecuencia y que actúan como indicadores de renovación y vitalidad de una cadena (Rafols y Colomer, 2003, p.85). En cuanto a la creación de estos identificadores, Merrit (1987, p.11) expresa que la creación de los mismos es mayoritariamente en códigos gráficos porque el diseño gráfico puede mejorar la calidad de la imagen y

expresar ideas e información en formas que no podrían conseguirse con ningún otro método.

Esta característica tiene como finalidades y aspectos claves:

- En qué punto de emisión se encuentra el espectador.
- El inicio o fin de un programa
- Si se inicia un bloque publicitario o promoción, etc.
- Transmitir su ideología
- Mantener el mensaje próximo a la audiencia
- Promocionar la marca
- Posicionar en el mercado

Con la abundante competencia y velocidad con la que varían propuestas gracias a internet, el canal tiene que implementar estrategias para funcionar en diferentes medios de la actualidad y generar un vínculo con el espectador.

Herráiz (2008) en su tesis doctoral *Grafismo audiovisual: lenguaje efímero* enumera cuatro características que debe poseer la continuidad: coherencia formal, pregnancia, repetición e intemporalidad.

Coherencia Formal

Mantener una coherencia formal consiste en diseñar una imagen representativa manteniendo una forma y estilo común, a partir de recursos como el color, la tipografía, la animación, las retículas, las formas, el sonido, etc.

Pregnancia

Para mantener la pregnancia hay que resaltar dos puntos la simplicidad y el movimiento. Ferrés (1996, p. 96) describe la capacidad persuasiva del movimiento, en una habitación llena de objetos, si tan solo uno se mueve ese llamara la atención de todos hacia él.

Repetición

La repetición en el mensaje favorece a la memorización del espectador, pero el abuso de la repetición puede generar una pareja destructiva repetición-fatiga; Vega (1999, p. 57) describe que la excesiva contemplación del mensaje conduce a la

banalización y anulación de cualquier intento de persuasión del producto. La repetición-fatigase puede evitar con el binomio expuesto por Ferrés (1996 p. 114) repetición-novedad, para que los mensajes, teniendo el mismo significado, no trasgreda la paciencia del televidente.

Intemporalidad

Por último, el autor señala que la utilización de elementos abstractos y la necesidad de huir de soluciones gráficas que fatigan apoyan a la intemporalidad (permanencia de tiempo y espacio), por lo que se deberán utilizar una serie de valores que los distinga de sus competidores, y obtener una considerable ventaja frente a ellos (González 2006, p.85).

Estas cuatro características son las que ayudarán a la cadena a perdurar en el tiempo y en la memoria de los espectadores.

Para la clasificación de los elementos gráficos de continuidad, Costa (2011) menciona los siguientes: las cabeceras de los programas, los cierres, las cortinillas, las caretas, los pasos y salidas a publicidad, los pasos y salidas de auto-promoción y las ráfagas. Más adelante se desglosarán estos elementos para profundizar en cada una de sus características.

1.1.3. Grafismo en los medios Informativos

Se entienden como grafismos todo tipo de imágenes o textos que aparecen en el contexto de los telediarios y que están vinculados a la información, por ello no tienen únicamente finalidades estéticas, sino que se emplean para presentar esta de la mejor manera (Valero, 2004).

Tener un programa informativo dentro del canal tiene doble intención, la de dar un servicio de información para mantener el contacto con el espectador y la de fomentar la imagen audiovisual conjunta (Rafols y Colomer, 2003, p. 99).

Lo que garantiza mantener una fidelidad y posicionamiento del televidente es la inmediatez de la noticia. Conocer las noticias locales o internacionales significa poseer recursos tecnológicos, lo que genera confianza en el espectador. El grafismo representa la herramienta principal en los casos en que no se disponga de material video gráfico para representar la noticia. Además, es capaz de aclarar temas en los que pueda surgir confusión y puede entrelazarse acontecimientos sucedidos en diferentes espacios y tiempos.

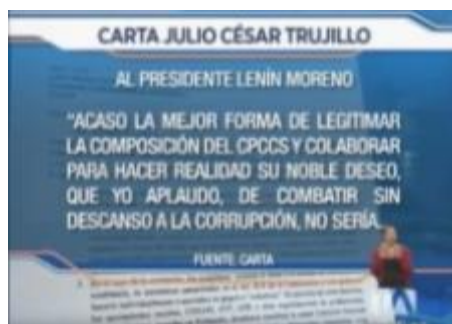
1.1.3.1. Tipos de Grafismo Informativo

Valero (2008) clasifica al grafismo en tres tipos diferentes de acuerdo a su grado de lenguaje:

- **Unidades gráficas elementales**

Son piezas únicas y simples, como es el caso de los textos, fotografías o dibujos sin otros grafismos superpuestos (fig. 1). Ejemplos: Textos legales, documentos oficiales, publicaciones de libros, imágenes dibujadas de situaciones donde no pueden entrar cámaras.

Figura 1: Detalle de una carta y un titular de periódico





- **Unidades gráficas complejas - Infograma**

Manteniendo unos criterios de uniformidad, sirven para representar tablas o cuadros comparativos, tabulaciones para dar a conocer datos de economía, deportes, etc. y de ubicación como mapas (fig.2) para delimitar territorios.

Figura 2: Infograma de mapa



- **Unidades informativas complejas**

Gracias a las tecnologías informáticas se pueden representar imágenes bit con texturas y realismo (fig. 3), es la manera de explicar cualquier suceso de manera gráfica, utilizando la imagen como simulacro visual de la noticia contada.

Figura 3: Infografía detallando un atentado



1.1.3.2. Elementos que componen un Informativo

Los elementos gráficos que componen un programa se utilizan para crear identidad y además en los noticieros ayudan a mantener la atención y facilitar la comprensión de los contenidos en cualquier espacio de tiempo que el espectador sintonice el noticiero; “los elementos deben de ser comprensibles, funcionales y aplicables” (Rafols y Colomer, 2003, p.38). A continuación se detallan los elementos que presentan los diferentes autores y se exponen sus características más importantes:

- **La cabecera**

La cabecera es una de las partes más importantes de cualquier producción audiovisual y tiene que llamar la atención del televidente en 10 o 20 segundos; Ortiz (2017) menciona que la introducción de todo programa debe tener tres funciones: captar la atención del espectador en pocos segundos, informar del tema y generar un grado de interés del televidente.

Villafañe y Arranz (2002, p.285) definen la cabecera de un programa como una secuencia icónica con movimiento que funciona como marca identificadora de cada informativo (fig. 4). En muchos casos, la cabecera recurre a iconografías emblemáticas que también forman parte del decorado del estudio.

Es el punto de partida del noticiero (fig. 5) y en muchos casos se utilizan esferas de mundo, material informático que representan tecnología y globalización, deben ser elementos atractivos y claros, generando expectativa y espectacularidad, por lo tanto es en la cabecera donde recae toda la representación de la marca audiovisual. Del mismo modo, deben cumplir con el argumento del siguiente autor, “las mejores cabeceras son aquellas que, además de simbolizar bien el programa que encabezan y de ser formalmente atractivas, tienen significado por sí mismas.” (Hervás, 2002 , p.39).

Figura 4: Cabecera noticiero 24 horas de Teleamazonas



Figura 5: Cabecera noticiero Televistazo de Ecuavisa



- **Cabecera de los bloques informativos**

Sirven para las introducciones (fig. 6) de cada sección, como serían las de deportes, internacionales, espectáculo, etc. (Rafols y Colomir 2003, p. 101). Habitualmente incorporan algún elemento gráfico que actúe como referente de los contenidos que serán tratados, y suelen ser de corta duración, entre 5 y 10 segundos.

Figura 6: Cabecera del bloque de deportes del noticiero 24 horas



- **Sumarios o titulares**

Es el resumen de las principales noticias que conforman el informativo. Hay dos opciones: aparecer después de la cabecera y del saludo del conductor o junto a la

cabecera. En cada titular se muestra un pequeño extracto de la noticia narrada (fig. 7).

Figura 7: Titulares de Telesur



- Separador o cortinillas

Es una pieza gráfica con tiempo de 1 a 2 segundos de proyección y sirve para separar temas o secciones. Puede ir acompañado de sonido de apoyo o no. Rafols & Colomir (2003, p. 102) señalan que en el caso de que el programa tenga una identidad visual especialmente completa, el separador puede ser más personalizado (fig. 8).

Figura 8: Separador de una noticia internacional a la sección de economía canal CNN



- **Generador de caracteres – Riel**

Son barras de texto dinámicas que ofrecen datos adicionales al televidente. En ellas se detallan los nombres de los presentadores o entrevistados (fig. 9), los titulares de la noticia, las traducciones, los detalles del acontecimiento, el lugar (fig. 10), o la fecha. Para Rafols y Colomir (2003, p. 102), en el caso de haber mucha información se deberán añadir elementos gráficos para jerarquizar la información y distinguir cada uno de los conceptos.

Figura 9: Nombre de invitado noticiero 24 horas.



Figura 10: Lugar y detalle de la noticia, noticiero 24 horas.



- Barra informativa o Scroll

Pacheco (2015, p. 24) lo define como un soporte textual horizontal que se ubica en la parte inferior de la pantalla, en él se desplazan detalles de noticias y/o eventos diarios (fig. 11). La velocidad se ajusta a un tiempo promedio de lectura del televidente; es un elemento que lo utilizan las cadenas internacionales de noticias y sirve para hacer un recuento o resumen de las noticias más relevantes.

Figura 11: Barra informativa en la parte inferior, canal CNN y Telesur





- **Imágenes que acompañan al presentador – Overshoulder**

Son imágenes que se ubican en la parte superior junto al presentador, y sirven para hacer una previa de la noticia narradora (fig. 12).

Para su realización se concreta el principal motivo que ha dado origen a la información, reproduciéndolo con un mayor o menor grado de abstracción (este punto estará determinado por las normas de diseño de cada informativo). En su composición, puede también utilizarse un texto muy breve que ayude a centrar el tema tratado (Rafols y Colomer, 2003 p. 102).

El overshoulder ha ido adoptando otras características con los avances informáticos: pasó de ser la imagen pequeña superpuesta en el video a ser un gran croma que se funde con el fondo del estudio (fig. 13)

Figura 12: Overshoulder noticiero de canal Uno



Figura 13: Overshoulder del noticiero DW, CBC y 24 Horas respectivamente.



- Mosca

Es el nombre asignado a la identificación gráfica de pequeñas dimensiones que se sitúa en un ángulo de la pantalla (Rafols & Colomer, 2003), y se corresponde con la identidad visual del canal: aparece durante todo el programa, ciertos canales la mantienen durante el espacio publicitario.

Los signos que identifican el canal están en pantalla (onscreen) de modo predominante, y también, en menos escala, fuera de ella (off screen). Sabemos cuáles son esos signos (nombre, logo, símbolo, etc.) que se manifiestan a través de los identificadores corporativos y la mosca. [...]La instantaneidad de los identificadores y el estatismo de la mosca contrastan con el movimiento constante y la acción de los programas. Esta ausencia de discurso de narración es característica de la función gráfica identitaria. Y su presencia estática en pantalla la consagra con

un mensaje en sí mismo. El referencial identitario no solo es diferente de todo lo demás que sucede en pantalla, sino incluso se destaca como independiente de todo eso. Los programas varían, la identidad permanece. (Costa, 2005, p.239)

Figura 14: Imagen visual de Teleamazonas y Rusia Today



- Cierre

Es el complemento de la presentación y marca el fin del programa. En la mayoría de las situaciones, en el cierre se muestran los créditos de la programación, Pacheco (2015). Además de presentar los créditos de los productores y realizadores, pueden aparecer en forma de scroll (fig. 15), cortinilla o separador.

Figura 15: Cierre con créditos en scroll del noticiero de Televisa



1.2. Antecedentes

Para tener referencias relevantes y aportar una base teórica sólida a la investigación se analizaron los trabajos de Pacheco, Naranjo y Valero. Los tres se enfocan en el tema del grafismo como desarrollo para los medios informativos televisivos.

El trabajo de Pacheco (2015) analiza la evolución del estilo en el grafismo televisivo de la CNN.

Este trabajo de maestría trata el grafismo televisivo de CNN y tiene como objetivo general analizar el grafismo que se utiliza en los noticieros de la cadena informativa de este canal desde el año de 1990 al año de 2014 y como objetivo específico analizar hacia qué cambio de estilo se está dirigiendo el grafismo de las entrevistas de la cadena informativa CNN.

La metodología para realizar el trabajo fue cualitativa de alcance descriptivo y se utilizó la técnica de la observación como herramienta para el análisis evolutivo; se realizó el análisis de observación a 24 videos de una entrevista por cada año, permitiendo medir los cambios y rediseños que la agencia de noticias realizaba cada año.

Como conclusiones se determinó que el grafismo, con el pasar de los años y la actualización informática, llegó a abarcar mucho protagonismo dentro del informativo, y en la última década se aplicó un proceso para simplificar y optar por un estilo minimalista con colores sólidos, líneas rectas y ocupando menos del 30% de pantalla, lo que permite mayor flexibilidad que la anterior.

Naranjo (2015) realiza un análisis del grafismo televisivo de canal FOX.

En su trabajo de investigación se planea reconocer y separar partes sólidas de la continuidad televisiva, elementos gráficos y dialecto visual, por lo tanto se examinó la imagen corporativa del canal y a su vez se investigó qué estrategias se implementaron para el posicionamiento y diferenciación de su marca.

Como metodología programada tiene dos partes, en la primera parte se realiza una contextualización de la cadena FOX y la evolución gráfica desde su lanzamiento en 1986, y en la segunda parte se estudió la continuidad televisiva y elementos gráficos considerando las modificaciones a su realidad actual y analizando las características que estos desempeñan.

Una encuesta realizada por Phoenix Marketing International en 20 países de Europa, Asia y América Latina formula por la pregunta ¿Por cuál canal usted cambiaría de operadora de televisión pagada? Por lo tanto FOX obtuvo el 94% de reconocimiento como marca a nivel global superando a su competencia. Por consiguiente el autor pudo afirmar que la marca ha tenido un gran éxito con su identidad visual, convirtiéndose en una marca netamente sólida y reconocible por los televidentes.

Valero (2009) nos presenta el siguiente tema: Clasificación del grafismo de contenido en los informativos de televisión.

Esta investigación se materializó en un artículo publicado en la revista científica Tripodos en el 2009, en el cual se presentó la tipología audiovisual utilizada por las principales cadenas españolas. Para ello, se estudiaron los gráficos que componen un noticiero, las principales funciones y su uso más común para llenar cierto déficit en las noticias. El objetivo de la investigación fue establecer ciertas propiedades para diferenciar de manera semántica cada tipo de gráfico. Esta clasificación del grafismo se establece a partir de una investigación cualitativa que relaciona los objetos de cada gráfico con una sección dentro de los informativos televisados. Se realizó una grabación de espacios informativos desde el año 2006 hasta el 2009 para obtener una muestra amplia. Mediante la observación se pudo realizar esta clasificación utilizando los parámetros como: uso-forma, aspecto formal y tipos de grafismos como color, tipografías, etc.

Se pudo concluir que existen algunos tipos que tienen su propia identidad y características específicas, y otros no, aunque se pueden encontrar de forma combinada o mixta. Esta publicación no tiene precedentes y establece distinciones en la función de los idiomas utilizados en los gráficos, sus apariencias y características en el proceso de producción de la información, que cada vez es más apoyado y desarrollado con tecnologías de simulación digital.

1.3. Marco legal

La investigación se fundamenta en la Constitución de la República del Ecuador (2008) y en la Ley Orgánica de Comunicación (2013).

La Carta Magna dentro de los derechos del buen vivir en el artículo 16 menciona que todos los ecuatorianos tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. De igual manera la Constitución de la República del Ecuador (2008), dentro del régimen del buen vivir, determina a la Ley de Comunicación como normativa superior para regular, y expone lo siguiente en su artículo 384:

El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana... La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

Por otra parte, la utilización del grafismo en los medios informativos está sustentada en la Ley Orgánica de Comunicación (2013) dentro de las normas deontológicas mínimas para todas las personas que participen en el proceso comunicacional. En su artículo 10, numeral 4, literal “g”, establece que se debe distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario.

Un correcto análisis de los elementos gráficos empleados en el noticiero, permitirá a los programas de noticias determinar el uso y una aplicación correcta de sus elementos los cuales ayudarán al espectador a distinguir claramente qué tipo de programación está observando.

CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

En este apartado se detallan los procesos metodológicos para la obtención de los resultados y para el proceso de obtención de información que permita lograr los objetivos de manera sistemática y organizada.

El método científico, por lo tanto, es el procedimiento o conjunto de procedimientos que se utilizan para obtener conocimientos científicos, el modelo de trabajo o secuencia lógica que orienta la investigación científica. El estudio del método o de los métodos, si se quiere dar al concepto un alcance más general se denomina metodología, y abarca la justificación y la discusión de su lógica interior, el análisis de los diversos procedimientos concretos que se emplean en las investigaciones y la discusión acerca de sus características, cualidades y debilidades. (Sabino, 2014, p. 36)

Para la búsqueda de información acreditada, se detalló el camino a seguir mediante: el tipo de estudio, definición conceptual y operacionalización de las variables, métodos, técnicas e instrumentos y por último el análisis de datos

1.4. Tipo de Estudio

Para este trabajo se abordó un enfoque cualitativo de investigación, centrado en un alcance descriptivo ya que, mediante el análisis de los elementos gráficos del noticiero del canal Telecosta se podrán exponer unas conclusiones acerca de sus aplicaciones, sus aspectos negativos y positivos según las tendencias e identidad gráficas del canal.

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 358) expresan que la investigación cualitativa trata un enfoque de carácter subjetivo, donde el investigador debe mantener una postura analítica en base al marco teórico científico y expresar su punto de vista. Mediante la recolección de material bibliográfico de expertos sobre el grafismo televisivo, se obtuvo una postura más crítica en base a fuentes validadas, la cual permitió reconocer de manera acertada las características que representan

cada elemento gráfico. De la misma manera, Taylor y Bogdan (1987) definen este enfoque como aquel que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable (p.20).

Con el alcance descriptivo se tiene como objetivo detallar las características de los elementos de continuidad de manera independiente sin dejar pasar detalles de cada variable, sin necesidad de relacionarse entre ellas.

Este estudio, por sus propias características, no contempla más delimitaciones en cuanto a temporalidad u otros elementos de definición de diseño de investigación.

1.5. Definición conceptual y operacionalización de las variables

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse (Hernández et al, 2014, p. 105). Las variables se extrajeron de los objetivos específicos los cuales nos dieron la información necesaria para el fin de nuestra investigación. Las variables que componen este estudio son:

Variable 1: elementos gráficos de continuidad

Los elementos gráficos de continuidad son los encargados de mantener la coherencia secuencial de la imagen con la noticia narrada, además tiene la función de reforzar la marca institucional del canal para conseguir posicionamiento dentro de los medios.

Variable 2: componentes gráficos de un noticiero

Son los elementos o piezas graficas (cromática, tipografía, forma, etc.) que representan la identidad del noticiero y debe mantener una estricta relación con la identidad visual del canal.

La operacionalización (cómo operan) de cada una de estas variables se da de la siguiente manera:

Variable 1: elementos gráficos de continuidad

- Cabecera

- Cabecera de los bloques informativos
- Sumarios o titulares
- Separador o cortinillas
- Generador de caracteres – Riel
- Barra informativa o Scroll
- Imágenes que acompañan al presentador – Overshoulder
- Mosca
- Cierre
- Infogramas

Variable 2: componentes gráficos de un noticiero

- Tipografía
- Cromática
- Forma

1.6. Métodos

Cabe mencionar que la investigación se realizó en dos fases: la primera fue teórica, pues se construyó la introducción, marco teórico y antecedentes y tuvo una duración de 2 meses (mayo a junio 2017). La segunda fue práctica, por cuanto se recogieron los datos en todo el mes de julio 2017.

Las herramientas principales de esta investigación en su etapa de recolección de datos son la observación (del investigador) y observación de un focusgroup (expertos), fue necesario añadir la opinión de expertos mediante la ficha de observación para generar validez a la investigación. Se utilizó un método inductivo para los dos puntos de vista (investigador y expertos), el cual permitió analizar los elementos por separado y luego arrojar conclusiones generales, tal como menciona Beck (1968, p. 14) “el método inductivo significa el proceso lógico mediante el cual se pasa de una proposición particular a una proposición universal.”. El autor expresa que para no mantenerse alejado del objetivo principal el uso de fuentes bibliográficas será útil para obtener una perspectiva abarcadora del problema.

Contexto del programa

El noticiero Telemundo en la actualidad tiene 3 emisiones diarias a continuación se detalla cada una de ellas:

- Noticiero matinal con duración de 60 minutos, contenido de opinión, clasificación A (apto para todo público). Es un espacio para entrevistas, análisis y opinión de temas que exigen demandas o información.
- Noticiero medio día con duración de 30 minutos, contenido informativo, clasificación A (apto para todo público). Está formado por dos secciones: Noticias locales, resumen de noticias internacionales.
- Noticiero estelar con duración de 60 minutos, contenido informativo, clasificación B (bajo supervisión de un adulto). Posee tres secciones: Noticias locales, resumen de noticias internacionales y deportes.

Población y muestra

Para la presente investigación la población idónea son las/los Graduadas/os de diseño gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas; no se tomó muestra debido al tamaño de la población, los cuales hasta junio 2017 consta de 19 profesionales en el área. Los profesionales que conforman la población poseen los conocimientos en el área de la comunicación visual y son capaces de argumentar criterios válidos para rellenar la ficha comparativa (anexo 2).

1.7. Técnicas e instrumentos

La recolección de datos se realizó mediante la observación. El papel que desempeñaron los observadores fue el no participativo (observar videos y fotografías).

Los instrumentos de esta investigación han sido los siguientes:

- Ficha de Observación

En la ficha de observación se responde al objetivo específico 1 y se analizaron con él las características que permiten mantener la atención y facilitar la comprensión

de los contenidos, como la legibilidad, función y aplicación de cada elemento de continuidad del noticiero Telemundo de Telecosta. Los elementos fueron basados en los análisis de Naranjo (2015) y Pacheco (2015). (Anexo 1)

- Ficha de comparación

Una de las características de la investigación cualitativa es la paradoja de que aunque en ocasiones se estudia a pocas personas, la cantidad de información obtenida es muy grande (Álvarez-Gayou, 2005). Para obtener una interpretación acertada y un punto de vista profesional la ficha de comparación fue llenada por los graduados de diseño gráfico de Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas. Los resultados que presenta esta ficha de comparación se corresponden con el objetivo específico 2 de la investigación.

En la ficha comparativa se busca determinar una relación de los indicadores tipográficos, cromáticos y de forma entre los elementos de continuidad del Noticiero Telemundo de Telecosta con la identidad visual corporativa del canal Telecosta. (Anexo 2). Estos indicadores responden a la coherencia formal que menciona Herráiz (2008, p. 361) que trata de crear una imagen asociativa y un estilo común.

Los instrumentos fueron validados por 2 expertos en el área de la comunicación visual, el formato de validación y sus respectivas certificaciones se encuentran en el Anexo 3 de este documento.

1.8. Análisis de datos

Ramírez (2015) define al análisis en la investigación como el proceso que consiste en la realización de los procedimientos a los que el investigador deberá someter la información recabada con la finalidad de alcanzar los objetivos que el estudio se propone.

La recolección de datos para este trabajo consistió en:

- Ficha de observación: El investigador observó los videos del noticiero Telemundo desde enero hasta junio.
- Ficha de comparación: Los expertos compararon mediante fotografías cada elemento de continuidad del noticiero Telemundo con la identidad visual corporativa del canal Telecosta.

Categorización de variables:

- Características de los elementos de continuidad del noticiero Telemundo:
 1. Legibilidad
 2. Función
 3. Aplicación
- Componentes gráficos de canal Telecosta:
 4. Tipografía
 5. Cromática
 6. Forma

Representación:

Para la representación de resultados se utilizó un mapa de categorización, que se localiza en el capítulo 3 de este trabajo, el cual proporciona una mejor proyección de resultados y permite verificar si se cumplió los objetivos.

CAPITULO III: RESULTADOS

Detallamos los datos obtenidos con las respectivas herramientas (anexo 1, anexo 2). Al final de los resultados de cada herramienta se detalla un mapa de categorías.

Ficha de Observación

Desde la Ficha de Observación, se valoraron los siguientes ítems: cabecera del noticiero, cabecera de los bloques informativos, sumarios, cortinillas, riel, barra informativa, overshoulder, mosca, cierre e infogramas.

Esta herramienta fue utilizada únicamente por el investigador ya que los criterios para la comprensión del tema se obtuvieron a través de las referencias del marco teórico.

El análisis según los diferentes elementos se desglosa a continuación:

1 Cabecera del Noticiero

Legibilidad: **SI**

Función: **SI**

Aplicación: **SI**

Observaciones: Animación simple, la figura de planeta gira en su propio eje

Figura 16: Cabecera del noticiero.





2 Cabecera de los bloques informativos

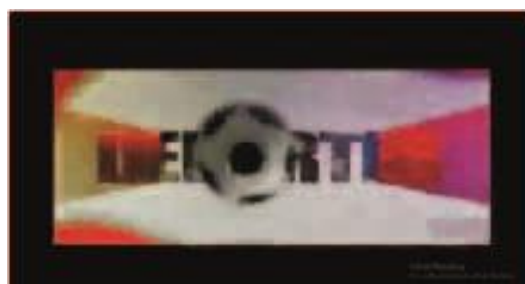
Legibilidad: **SI**

Función: **SI**

Aplicación: **NO**

Observaciones: No se encontró cabecera para el bloque de noticias internacionales

Figura 16: Cabecera de bloques



3 Sumarios o titulares

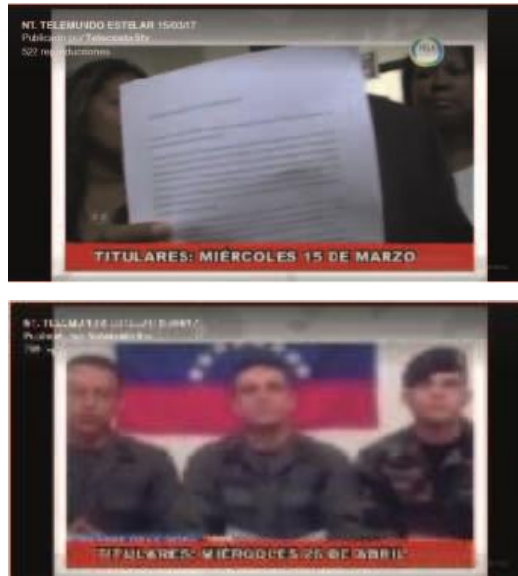
Legibilidad: **SI**

Función: **SI**

Aplicación: **NO**

Observaciones: No se observaron titulares para la emisión matinal ni del medio día.

Figura 17: Titulares



4 Separador o cortinillas

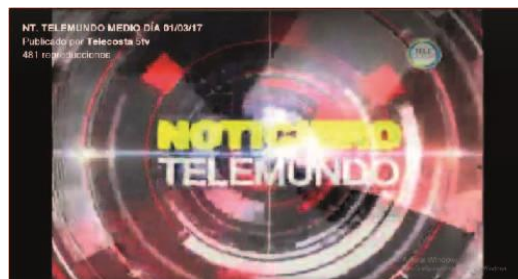
Legibilidad: **SI**

Función: **SI**

Aplicación: **NO**

Observaciones: No se observaron cortinillas en cada cambio de noticias.

Figura 18: Cortinillas.





5 Generador de caracteres – Riel

Legibilidad: **SI**

Función: **SI**

Aplicación: **NO**

Observaciones: No se observaron rieles; en varias emisiones no se detallaba la noticia, en casos de entrevistas no identificaban textualmente al invitado.

No se encontró jerarquía en los bloques de texto, en ocasiones el tamaño del tipo era muy pequeño para una lectura fluida. La barra del riel posee una animación interna.

Figura 19: Refles.



6 Barra informativa o Scroll

Legibilidad: **NO**

Función: **NO**

Aplicación: **NO**

Observaciones: No se observó ninguna barra informativa hasta junio del 2017

7 Imágenes que acompañan al presentador – Overshoulder

Legibilidad: **SI**

Función: **SI**

Aplicación: **NO**

Observaciones: No se observó Overshoulder en cada presentación de noticias.

Figura 20: Overshoulders



8 Moscas

Legibilidad: **SI**

Función: **SI**

Aplicación: **NO**

Observaciones: La aplicación de la mosca es irregular, aparece en el mes de febrero y en el mes de junio de utilizarse excepto en la emisión matinal.

Figura 21: Moscas



9 Cierre

Legibilidad: **NO**

Función: **NO**

Aplicación: **NO**

Observaciones: Se utiliza la cabecera de noticiero para el final de las emisiones.

Figura 22: Cierres



10 Infograma

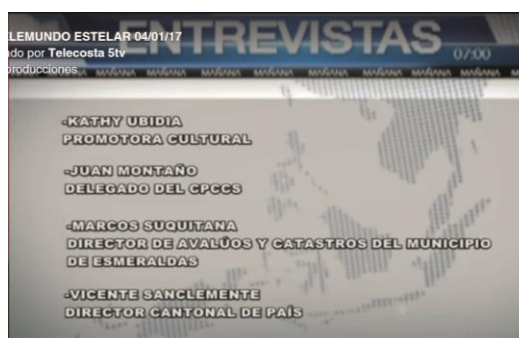
Legibilidad: **SI**

Función: **NO**

Aplicación: **NO**

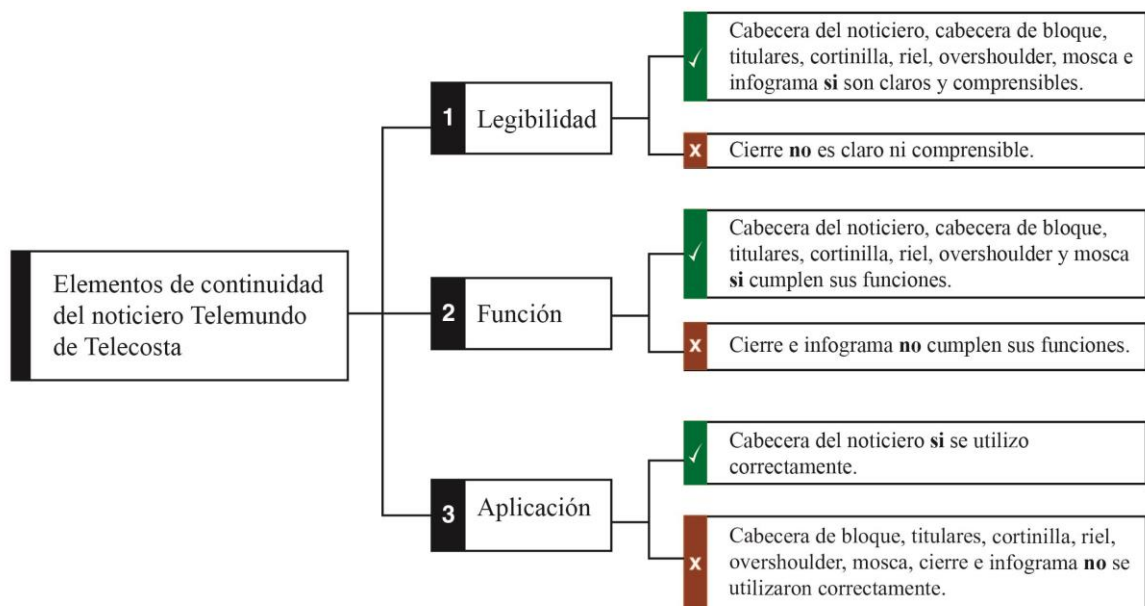
Observaciones: Se observó solo un formato de Infograma, el cual carece de jerarquía de textos, no se encontró imágenes de apoyo.

Figura 23: Infograma.



Mapa de categorías resultados ficha de observación

Figura 24: mapa de categoría según la ficha de observación



Una vez realizado el análisis desde la variable 1 (elementos de continuidad del noticiero) y sus indicadores, se pueden extraer las siguientes categorías cualitativas:

- Los elementos legibles del noticiero son la cabecera del noticiero, la cabecera del bloque, los titulares, las cortinillas, riel, overshoulder, mosca e Infograma, presentándose estos de manera clara y comprensible. Por el contrario, el cierre no es claro ni comprensible para el espectador.
- Los elementos que cumplen su función son cabecera del noticiero, la cabecera del bloque, los titulares, las cortinillas, riel, overshoulder y mosca. Caso contrario el cierre e infogramas no realizan su función.
- El elemento aplicado correctamente es la cabecera del noticiero, el cual tiene un manejo correcto. Los demás elementos como la cabecera del bloque, los titulares, las cortinillas, riel, overshoulder, mosca, cierre e Infograma no tuvieron un manejo correcto.

Ficha Comparativa

Gracias a la Ficha Comparativa se pudo establecer el análisis referente a las relaciones entre los elementos gráficos del noticiero con los propios del canal.

Este instrumento fue completado por los 19 expertos en el área del diseño gráfico. Los elementos analizados se corresponden con los indicados en la Ficha de Observación. A continuación, se desglosa el análisis de los datos que permite recoger este instrumento:

1 Cabecera del noticiero

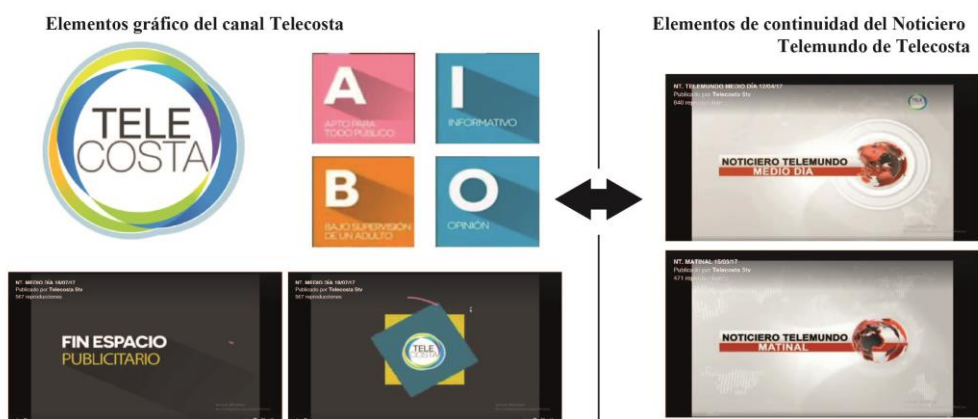
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **NO**

Coherencia de forma: **SI**

Observaciones: **NO**

Figura 25: Comparación entre Telecosta y Cabecera del Noticiero



2 Cabecera de los bloques informativos

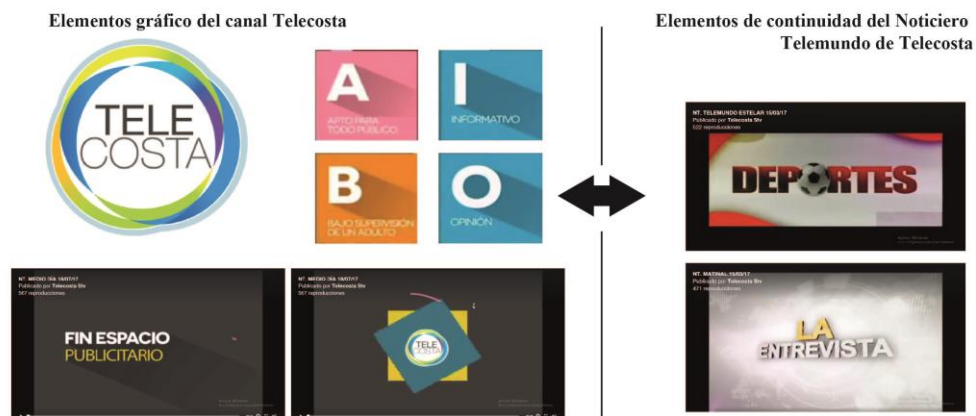
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **NO**

Coherencia de forma: **NO**

Observaciones: **NO**

Figura 26: Comparación entre Telecosta y cabecera de bloque



3 Sumarios o titulares

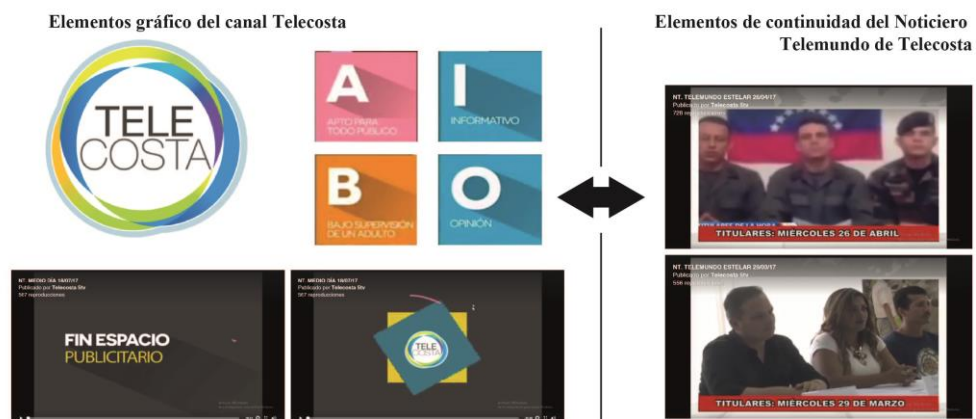
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **NO**

Coherencia de forma: **SI**

Observaciones: **NO**

Figura 27: Comparación entre Telecosta y titulares.



4 Separador o cortinillas

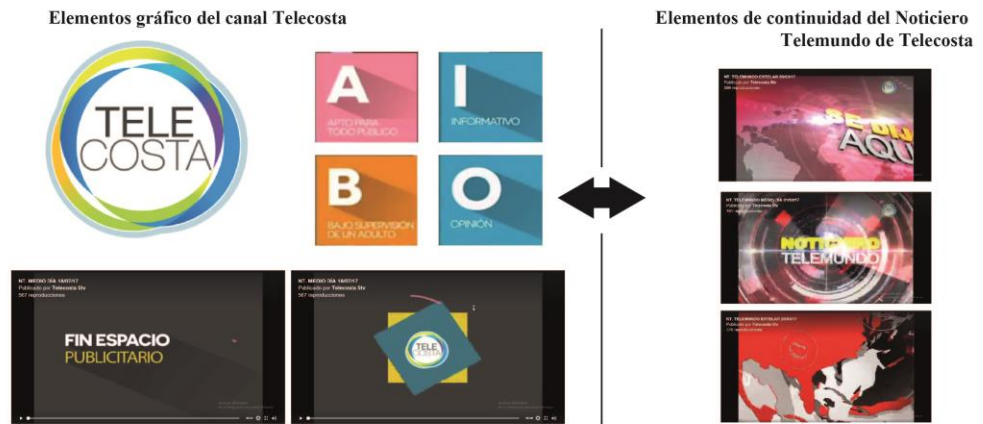
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **NO**

Coherencia de forma: **SI**

Observaciones: **NO**

Figura 28: Comparación entre Telecosta y cortinillas



5 Generador de caracteres – Riel

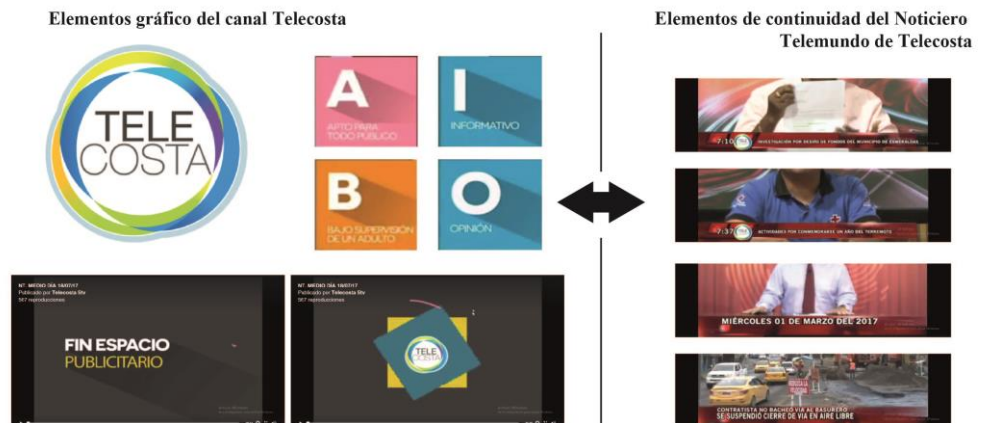
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **NO**

Coherencia de forma: **SI**

Observaciones: Tamaño de letra en ocasiones muy pequeña.

Figura 29: Comparación entre Telecosta y Rieles



6 Imágenes que acompañan al presentador – Overshoulder

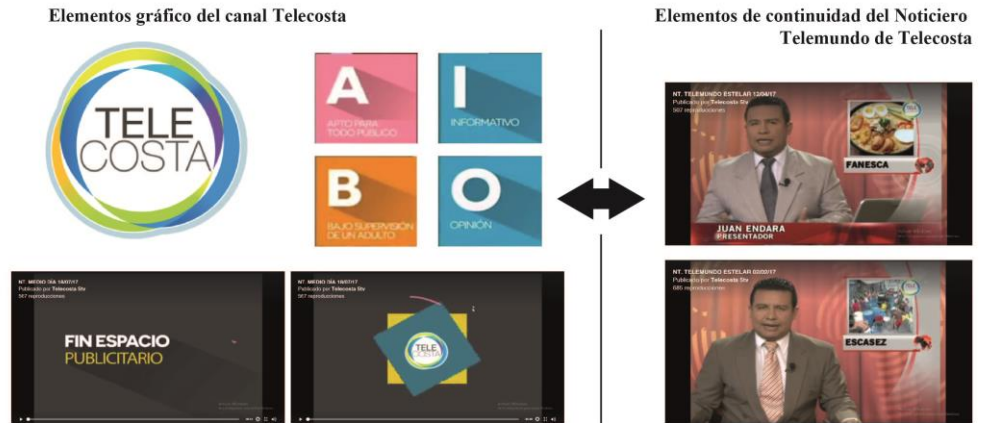
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **NO**

Coherencia de forma: **SI**

Observaciones: **NO**

Figura 30: Comparación entre Telecosta y overshoulders



7 Mosca

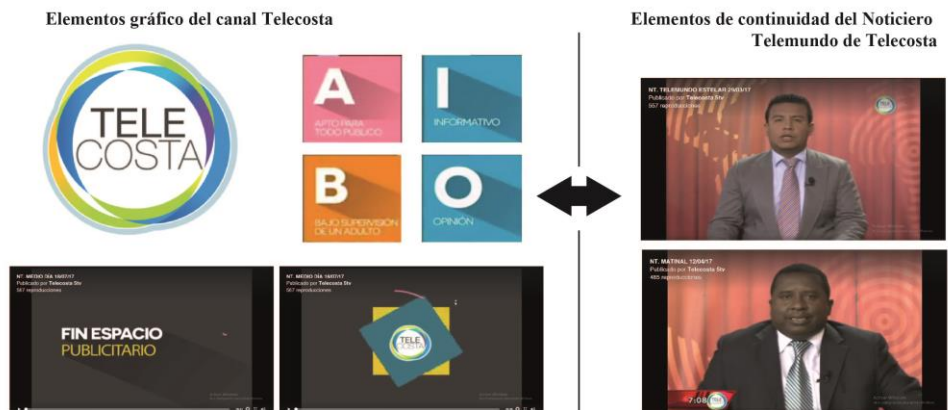
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **SI**

Coherencia de forma: **SI**

Observaciones: **NO**

Figura 31: Comparación entre Telecosta y Mosca



8 Infogramas

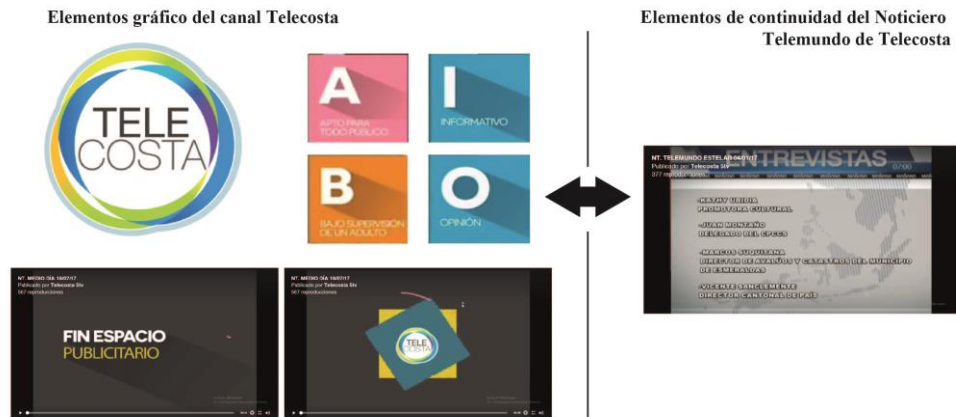
Coherencia tipográfica: **SI**

Coherencia cromática: **SI**

Coherencia de forma: **NO**

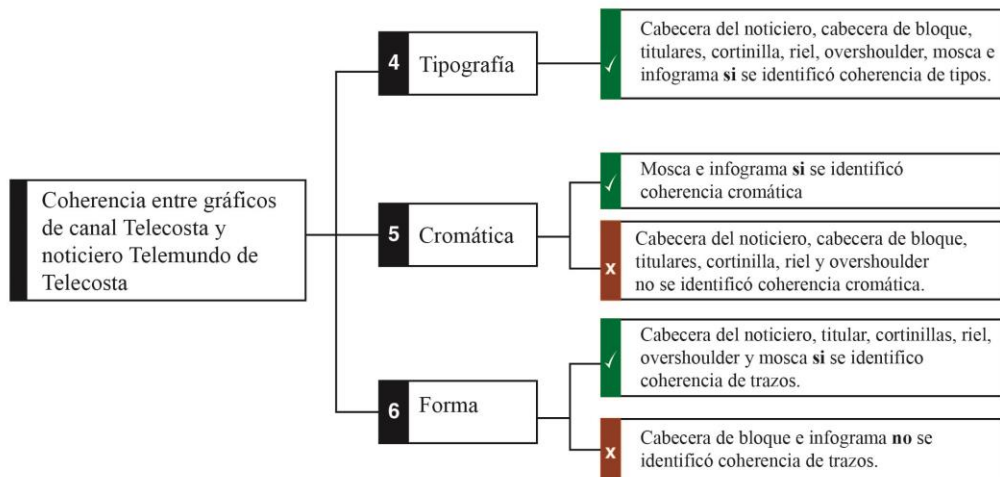
Observaciones: **NO**

Figura 32: Comparación entre Telecosta e infograma



Mapa de categorías de ficha comparativa

Figura 33: Mapa de categoría según la ficha comparativa



Tras el análisis desde la variable 2 (coherencia gráfica entre canal y noticiero) y sus indicadores, se pueden extraer las siguientes categorías cualitativas:

- Las características tipográficas coinciden desde todos los elementos gráficos del noticiero.
- La coherencia cromática se evidenció en la mosca e Infograma. Por el contrario en los elementos que no se justificó coherencia son la cabecera del noticiero, la cabecera del bloque, los titulares, las cortinillas, riel y overshoulder.
- Los elementos que tuvieron relación respecto a la forma son la cabecera del noticiero, los titulares, las cortinillas, riel, overshoulder y mosca. Caso contrario la cabecera de bloque e Infograma, en los que no se encontró relación formal.

CAPITULO IV: DISCUSIÓN

Una vez obtenidos los resultados, estos deben responder las interrogantes que se plantean al inicio de la investigación acerca del grafismo del noticiero Telemundo de Telecosta, por lo que era necesario el análisis de los elementos gráficos que componen el noticiero.

Todos los elementos de continuidad aplicables a esta investigación se obtuvieron de los trabajos de Naranjo (2015) y Pacheco (2015) de los cuales se seleccionaron los más acordes a la realidad nacional y provincial; mediante la herramienta de investigación se pudo observar que el noticiero en ninguna de sus emisiones utilizó la barra informativa o scroll. Al mismo tiempo, el cierre utilizado no cumplió ninguna de las características para el que fue creado. El resto de elementos sí se observaron dentro de las emisiones, pero reflejan una carencia de bases teóricas para su la aplicación y todos los elementos, a excepción de la cabecera del noticiero, presentan irregularidades en su uso. Se observó que los elementos son utilizados al azar y que en ciertas emisiones fueron aplicados, sin embargo se dejaron de utilizar por un periodo de tiempo y con el pasar de algunas emisiones aparecían inesperadamente.

Además, los elementos de continuidad del noticiero Telemundo de Telecosta representan un estilo recargado de gráficos muy alejado de las tendencias actuales en oposición a los resultados expuestos por Pacheco (2015).

En lo que corresponde a la utilización de infogramas se encontró solamente una unidad gráfica elemental (compuesta por texto únicamente) la cual se utiliza como sumario de entrevistas para el día siguiente. No se encontraron las otras clasificaciones de grafismo que menciona Valero (2009), que son las unidades gráficas complejas y grafismo infográfico, los cuales ayudan a clarificar asuntos complicados y cubren deficiencias cuando no hay imágenes de un acontecimiento. Se pudo observar que las infografías utilizadas eran retransmisión de otras cadenas de noticias, sobre las notas informativas creadas por el noticiero Telemundo solo se encontró la narración del presentador, la secuencia de video y el generador de caracteres.

Después de haber analizado los elementos de continuidad queda otra interrogante, sobre si el grafismo del noticiero refleja o mantiene una coherencia con la identidad del canal. Relativo a este tema Naranjo (2015) menciona que de todos los elementos utilizados el que debe guardar una estrecha relación es la cabecera del programa, pero con este estudio se evidencia que la cabecera del noticiero Telemundo carece de una relación cromática con los colores utilizados por el canal Telecosta, de hecho, los únicos elementos que mantiene una relación en el color son la mosca y el infograma. En el noticiero se utilizó como mosca el logotipo en su versión “full color”, por lo tanto, es el único elemento que ayuda a identificar el canal. Con respecto a la tipografía, todos los elementos utilizaron tipos de palo seco por lo cual sí se mantiene una relación. De igual manera en las formas sí se evidenció una relación coherente a excepción de las cabeceras de bloque y el infograma.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

Luego de realizar el análisis mediante las fichas de observación y comparación se concluye que el noticiero utiliza todos los elementos de continuidad que se usan dentro del contexto televisivo ecuatoriano, pero están siendo aplicados de manera incorrecta y su frecuencia de uso es intermitente. Esto demuestra que no existen bases formales establecidas para su creación y los elementos de continuidad que se usan son adaptaciones de noticieros ya posicionados.

Se pudo observar que los elementos de continuidad, sobre todo los rieles y overshoulder, que son los elementos que más se usan en un noticiero, no están de acuerdo a las tendencias actuales, en el caso de los overshoulder el estilo utilizado está desactualizado.

Con los resultados expuestos anteriormente se ve reflejado que el grafismo del noticiero no maneja una misma identidad: sus elementos fueron creados independientemente a la estética del canal, es evidente que el noticiero carece de un manual de identidad visual que pueda agrupar todos los elementos gráficos bajo unos parámetros concretos de coherencia visual como parte del canal televisivo.

Como última conclusión, se debe mencionar que el noticiero Telemundo de Telecosta mantiene una coherencia parcial con el canal Telecosta. La relación tipográfica y la aplicación de la mosca permiten al televidente asociar e identificar que están sintonizando el canal Telecosta, pero no garantiza una pregnancia efectiva por las falencias antes mencionadas.

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

De los resultados y conclusiones de esta investigación se pueden presentar una serie de recomendaciones que el autor considera beneficiosas para cubrir las carencias evidenciadas en este estudio. De este modo, a continuación se enumeran estas propuestas de mejora:

- Se sugiere al departamento gráfico de Telecosta reformar los elementos de continuidad, principalmente la cabecera del noticiero, utilizando los colores corporativos del canal de tal forma que representen y guarden relación con la identidad visual de este medio televisivo.
- Utilizar esta investigación como referencia teórica para la optimización del grafismo del noticiero, a fin de fortalecer la legibilidad, función y aplicación de cada elemento de continuidad, parámetros donde se evidenció que existían mayores falencias.
- En vista de que los recursos visuales del noticiero no mantienen plena representatividad con el canal al que pertenece, se propone la creación de un manual de identidad visual del noticiero en coherencia con los elementos gráficos del canal Telecosta.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez-Gayou, J. (2005). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós.
- Beck, H. (1968). *Concepto y presupuestos gnoseológicos del método inductivo*. Anuario Filosófico, 1, 11-19. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10171/1798>
- Constitución de la República del Ecuador (2008). Ciudad Alfaró: Asamblea Constituyente.
- Costa, J. (2005). *Identidad Televisiva en 4D*. Barcelona: Grupo Design.
- Costa, J. (2011). *Identidad Televisiva en 4D*. La Paz: Grupo Editorial Design.
- Ferrés, J. (1996). *Televisión subliminal. Socializaciones mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós.
- González, C. (2006). *La continuidad televisiva en la era digital. Nuevos discursos publicitarios de expresión de Identidad Corporativa. El nacimiento de Cuatro*. (Tesis doctoral) Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universitat Jaume I. Castellón. Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/10462>
- Groisman, M. (2007) *Apuntes pixelados. Reflexiones sobre el diseño y los medios audiovisuales. Del kinetoscopio a la revolución celular*. Buenos Aires: Fadu.
- Herèdia, N. (2015) *Diseño de interfaz y diseño de la interacción*. (Tesis doctoral) Facultad de Bellas Artes. Universitat de Barcelona. Barcelona. Recuperado de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/67622/1/NHiL_TESIS.pdf
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Herráiz, B. (2008). *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias*. (Tesis Doctoral), Departamento de Escultura, Universidad

- Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/4333?show=full&locale-attribute=ca>
- Herreros, M. (1995). *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis
- Hervás Ivars, C. (2002). *El diseño gráfico en televisión: Técnica, lenguaje y arte*. Madrid: Ediciones Catedra.
- Ley Orgánica de Comunicación (2013). Quito: Asamblea Nacional Recuperado de http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- Naranjo, M. (2015). *Análisis del grafismo televisivo de canal FOX*. (Tesis de maestría). Universidad Politécnica de Valencia, Gandía. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/57348>
- Ortiz, E. (26 de enero de 2017). *Grafismo Audiovisual*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=s4cQJ12cXaA>
- Pacheco, G. (2015). *Análisis sobre la evolución del estilo en el grafismo Televisivo de CNN*. (Tesis de maestría). Universidad Politécnica de Valencia, Gandía. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/59923>
- Paz, I (2011). *Diseño Audiovisual: Los aportes del diseño gráfico a la industria audiovisual publicitaria argentina*. (Tesis de Maestría). Universidad de Palermo. Recuperado de http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/71%20paz.pdf
- Romero, P. (2016). Los títulos de crédito: el arte gráfico en las producciones audiovisuales. Comunicación presentada en *VIII Jornadas de Investigación en Disciplinas Artísticas y Proyectuales*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata. Recuperado de http://fba.unlp.edu.ar/jornadas2016/Jidap_pdf/eje_1/Romero.pdf
- Rafols, R. y Colomer, A. (2003). *El diseño audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Ramírez, F. (14 de mayo de 2015). *Una introducción al análisis en la investigación*. (online) Manual del Investigador. Recuperado de <http://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/05/una-introduccion-al-analisis-en-la.html>.
- Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. Guatemala: Episteme.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Valero, J. (2009). *Clasificación del grafismo de contenido en los informativos de televisión*. *Trípodos*, 25, 179-198. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/TRIPODOS/article/view/144347>
- Vega, E. (1999). *Identidad corporativa en televisión. Significación y diversidad en la gráfica Televisiva*. Departamento de Dibujo II. Facultad de Bellas Artes, Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/10146/>
- Villafañe, J. y Arranz, N. (2002). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.

ANEXOS

Anexo 1. FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA DESCOMPONER CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS DE CONTINUIDAD DEL NOTICIERO TELEMUNDO DE TELECOSTA							
Indicadores	Legibilidad (clara, precisa, comprensible)		Función (cada elemento cumple su función)		Aplicación (manejo correcto del elemento)		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
Cabecera del Noticiero							
Cabecera de los bloques informativos							
Sumarios o titulares							
Separador o cortinillas							
Generador de caracteres – Riel							
Barra informativa o Scroll							
Imágenes que acompañan al presentador – Overshoulder							
Moscas							
Cierre							
Infograma							

Anexo 2. FICHA COMPARATIVA

FICHA COMPARATIVA DEL NOTICIERO TELEMUNDO DE TELECOSTA CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL CANAL							
Indicadores	Componentes gráficos de la Identidad visual del Canal Telecosta						Observaciones
	Coherencia Tipografía (Relación de fuentes)		Coherencia Cromática (escalas cromáticas)		Coherencia De las formas (relación geométrica u orgánica)		
	Si	No	Si	No	Si	No	
Cabecera del Noticiero							
Cabecera de los bloques informativos							
Sumarios o titulares							
Separador o cortinillas							
Generador de caracteres – Riel							
Barra informativa o Scroll							
Imágenes que acompañan al presentador – Overshoulder							
Moscas							
Cierre							

Anexo 3. Formato de validación de Herramientas

TEMA: Análisis del grafismo del noticiero Telemundo de Telecosta periodo 2017.							
Indicadores	Cumple con el objetivo planteado		Redacción clara, precisa, comprensible		Relación entre indicadores y aspectos		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
ANEXO 1 Ficha de Observación							
ANEXO 2 Ficha comparativa							
VALIDADO POR:						FIRMA:	