



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**NARRATIVA HIPERMEDIA EN LOS DIARIOS ECUATORIANOS EL
UNIVERSO Y EL COMERCIO: UN ESTUDIO COMPARATIVO**

AUTOR:

JOSELYN ALICIA ALVARADO TORRES

TUTOR:

MSc. YAHAIRA LISBETH MORENO BRITO

BABAHOYO - ECUADOR

2020

RESUMEN

Para la realización del presente caso de estudio se buscó perpetrar un análisis comparativo sobre la narrativa hipermedia que actualmente se utilizan en los diarios el Universo y el Comercio, los cuales son dos de los periódicos con mayor venta en el país, se planteó como objetivo analizar la narrativa hipermedia en los diarios ecuatorianos el universo y el comercio: un estudio comparativo.

Una vez comparadas se pudo notar que el diario el universo utiliza mucho la publicación por editoriales responsabilizándose de los comentarios emitidos, por su parte el diario el comercio utiliza el nombre del periodista como referencia, además de ello dentro de la página web de ambos sitios utilizan gráficas o fotos llamativas de los acontecimiento, videos digitales y entrevistas con los personajes importante que se encuentran envueltos con relación a la noticia expresada o pública.

La inclusión de narrativa hipermedia y la utilización de las herramientas tecnológicas para el desarrollo digital de un diario en el Ecuador todavía no se encuentra desarrollada, es por tal motivo que se continúa utilizando narrativa tradicional y no hipermedia, a pesar de postear contenido audiovisual.

Palabras claves: narrativa, hipermedia, análisis comparativo, noticia, periódico.

ABSTRACT

For the realization of this case study, a comparative analysis of the hypermedia narrative that is currently used in the newspapers el universo and el comercio, which are two of the best-selling newspapers in the country, was aimed at analyzing the hypermedia narrative in the Ecuadorian newspapers, the universe and commerce: a comparative study.

Once compared, it was possible to notice that the newspaper the universe uses publishing by the publishers taking responsibility for the comments issued, for its part, the newspaper trade uses the name of the journalist as a reference, in addition to this within the website of both sites they use graphic or striking photos of the event, digital videos and interviews with the important characters that are involved in relation to the news expressed or public.

The inclusion of hypermedia narrative and the use of technological tools for the digital development of a newspaper in Ecuador is not yet developed, it is for this reason that traditional and non-hypermedia narrative continues to be used, despite posting audiovisual content. inclusion of hypermedia narrative and the use of technological tools for the digital development of a newspaper in Ecuador is not yet developed, it is for this reason that traditional and non-hypermedia narrative continues to be used, despite posting audiovisual content.

Keywords: narrative, hypermedia, comparative analysis, news, newspaper.

ÍNDICE

I.	Introducción.....	1
II.	Desarrollo.....	3
	2.1. Justificación.....	4
	2.2. Objetivo.....	4
	2.3. Sustentos teóricos.....	5
	2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de la información.....	13
III.	RESULTADOS OBTENIDOS.....	14
	3.1 Situaciones detectadas.....	20
	3.2 Soluciones Planteadas.....	20
IV.	CONCLUSIONES.....	21
V.	RECOMENDACIONES.....	23
	Bibliografía.....	24
	Anexo	

1. Introducción

La incorporación de redes y tecnologías digitales está modificando los procesos tradicionales de comunicación, tales como la investigación, elaboración y difusión de los mensajes informativos. Los cambios que se han producido en varias esferas de la industria mediática, han obligado a los medios de comunicación a adecuar nuevas herramientas tecnológicas en su trabajo habitual y adoptar nuevos métodos de comunicar; también han contribuido a la aparición de medios interactivos, reacomodando el escenario de la comunicación.

El objetivo del presente caso de estudio, es establecer comparaciones sobre los enfoques profesionales de los periodistas digitales en el ámbito de la prensa ecuatoriana. Se propone examinar detenidamente los diarios “El Universo” y “El Comercio” su impacto mediante el internet, el trabajo de los informadores y la influencia de las nuevas herramientas en las actitudes y percepciones del lector. Tal y como lo menciona (PuroMarketing, 2015) “La tecnología es clave, es revolucionaria y es una importante oportunidad, pero a pesar de todo ello sigue necesitando la voz humana que la guía” Está claro que el medio de comunicación es simplemente una plataforma virtual que depende del papel del profesional que se dedique a depurarlo, tratarlo y publicarlo.

En el Ecuador se distribuye el diario “El Comercio” el mismo que utiliza un sitio digital que permite publicar información actualizada en Quito, Guayaquil y demás provincias del Ecuador, introduciendo historias, noticias, contenidos deportivos y de entretenimiento. En la actualidad es el medio con más interacción con la comunidad, esto ha permitido crecer en producción multimedia de video, audio, storytelling, crowdsourcing. Este diario registra en promedio 4 millones de visitantes únicos y más de 20 millones de páginas vistas al mes, según los datos de Digital Analytics Comscore.

Por su parte el diario “El Universo” ha sido por décadas el de mayor circulación y uno de los más importantes en el país, pese a ser pioneros tuvo que adaptarse a las nuevas corrientes que ofrecen información desde su sitio web. Actualmente se encuentra en el sitio número dos visitantes a nivel nacional. Algunas de las temáticas que ofrece esta plataforma es de tecnología y deportes, salud, viajes y turismo, gastronomía, moda y belleza y empleo.

Puesto que en toda investigación es necesario establecer una metodología que permita alcanzar el objetivo de estudio, para este caso es necesario emplear el método descriptivo, el mismo que permite realizar un análisis y conocer en qué medida las versiones web de los periódicos ecuatorianos reflejan una comprensión de lo que son los recursos hipermediales, sus posibilidades narrativas y lingüísticas en la labor periodística y en la presentación de los contenidos, es decir, su puesta en práctica.

De las líneas de investigación con que cuenta la carrera, este trabajo se orienta a la línea de investigación Periodismo Investigativo Sustentable Aplicado a las Nuevas Tecnologías, aplicando la sublínea de investigación que hace énfasis en la Comunicación Digital, pues de esto se puede destacar la importancia de la objetividad de la noticia desde sus titulares, hasta sus contenidos, siendo posible satisfacer tanto al público más afín a la lectura como al que prefiere acercarse a la información a través de contenidos audiovisuales.

2. Desarrollo

2.1. Justificación

Los medios comunicativos son muy importantes para la humanidad, es a través de estos que los periodistas informan los hechos y acontecimientos que se suscitan en la sociedad, por ello es necesario conocer y comprender los conceptos y teorías de redacción gramatical para el correcto uso de la plataforma. Así como adquirir competencias para discernir información en textos cortos muy claros, con todos los elementos que la norma gramatical el mundo hipermedia exige.

Es importante considerar que la información que se brinda al lector es multifuncional, en otras palabras, debe ser abierta a la opinión pública, donde se puede participar mediante audios, videos e inclusive opiniones escritas acerca de los contenidos expuestos. Por tal motivo se pretende que el lector aprenda a interpretar textos o contenidos que pueden ser de doble sentido, oscuros e inclusive sensacionalistas y de esta forma pueda obtener sus propias conclusiones mediante la comparación de información entre los diarios.

Con la ejecución del presente estudio se podrá retroalimentar e interactuar con el texto narrativo en las narraciones hipermedias, confiriendo al lector un grado de autoría que se demuestre cualificándolo y calificándolo pertinentemente. El estudio del caso es factible, porque se proyecta en la comparación de dos ediciones de contenidos multimedia de “El Universo” y “El Comercio” respectivamente, así como también un audiovisual con fecha simultanea que contengan información relevante a una noticia específica.

Objetivo

Analizar la narrativa hipermedia en los diarios ecuatorianos el Universo y el Comercio: un estudio comparativo.

2.3. Sustentos teóricos

Narrativa: Definición

Se entiende por narrativa la descripción oral o escrita de un hecho, real o fantástico, con el fin de convencer y distraer al espectador, el cual puede ser un lector o un oyente. Por su parte (Piglia, 2016) expresa lo siguiente: “Yo veo la humanidad como una red de narraciones; no sólo es una red de intercambios económicos o sentimentales, sino también una trama de relatos.” Por ende, la narrativa también implica una forma de notificación, expuesta a través de distintas plataformas virtuales a fin de instaurar un panorama global de la información.

Actualmente, al menos dos autores, J.M. Schaeffer y (Bruner, 2017) han coincidido en contemplar a la narración como una significativa herramienta de entendimiento humano, que comparan con la modalidad científica del pensamiento. En teoría la narrativa es un género literario empleado por el escritor para exponer una secuencia de hechos ocurridos en un tiempo y espacio determinado, vivenciados por uno o varios personajes.

Siguiendo a (Bruner, 2017) la narrativa se fundamenta en la preocupación por la condición humana. En un relato deben construirse dos panoramas simultáneamente. "Uno es el panorama de la acción, el otro es el panorama de la conciencia. En otras palabras, la narrativa se expresa mediante el acto del pensamiento único del escritor pero que en si debe no ser alejado del contexto en que vive para que esta no sea tergiversada por el lector a fin de crear una herramienta de trasmisión de saberes sociales.

Características de la narrativa

Según (UTCHENCO, 2015) menciona que tres son las características fundamentales: Concisión, claridad y verosimilitud. A estas, Adam añade una cuarta: Interés, dicho de otra forma, el objetivo del emisor es cautivar la atención del receptor. Por consiguiente, es obligado utilizar diversos medios para desarrollar la narrativa y esto dependerá del modo con el cual se ordenen las ideas del discurso, de ahí que la narración sea rica en sus modalidades para registrar relatos.

Según el autor Utchenco (2015) expresa que las características principales para la realización de un texto narrativo son:

- Los textos están escritos en prosa a fin de presentar, con mayor detalle, las descripciones que envuelven a la historia.
- Aunque son menos comunes, asimismo hay textos cuya narración posee versos largos.
- Tiene como objetivo notificar y proporcionar un relato o una sucesión de acontecimientos.
- Sus elementos más importantes son: el escritor, los personajes, el espacio o ambiente, la historia y el estilo de narración.
- Inicialmente se exponen los personajes y el espacio o ambiente, luego se desarrollan los hechos hasta alcanzar el punto de máxima tensión y, a continuación, le sigue el desenlace y fin de la historia.
- Los relatos se narran en tercera persona, no obstante, también se pueden realizar narraciones en segunda o primera persona, son menos comunes, pero no incorrectas.
- El escritor puede o no ser miembro de los personajes.
- Forma parte de la noticia y se puede considerar tanto en los textos impresos como en los diálogos teatrales y cinematográficos, las historietas y las telenovelas, como parte de las modalidades modernas de la transmisión de contenido e información.

Elementos del relato o narrativa

(ECHEVERRIA, 2016) En todo relato se pueden diferenciar los siguientes elementos: el narrador o individuo que cuenta la historia, los personajes, la acción o sucesión de acontecimientos que se relatan, y el espacio y el tiempo en el que estos ocurren.

- **Narrador:** El narrador será quien presente los hechos y los personajes. Puede relatar una historia en primera persona como protagonista o testigo de la historia, o redactar en tercera persona, haciendo referencia a otro

personaje por fuera de él. Si el narrador es omnisciente sabe todo lo que siente y piensan los personajes.

- **Personajes:** Los personajes pueden ser personas, pero también animales u objetos animados o inanimados. En una historia encontraremos uno o varios personajes que responden a la categoría de personajes principales o protagonistas, por lo general uno destaca del resto. Otros personajes serán secundarios. En muchas ocasiones aparece un protagonista que posee características opuestas al intérprete que es llamado antagonista.
- **Hechos:** Por último, es fundamental que se narre una o varias acciones, hechos que les suceden a los personajes.
- **Trama:** Una historia está compuesta, también, por una trama, lo que es la historia en sí, y un marco, que contextualiza la trama, indicando el tiempo y el espacio del relato. La trama de un relato se divide, a su vez, en:
 - **Introducción:** Es el acontecimiento inicial, el primer hecho que desencadena la historia narrada.
 - **Nudo:** Puede dividirse en reacción y acción, es el modo en que se desarrolla la parte central de la trama, donde transcurren las acciones principales y los conflictos.
 - **Desenlace:** Suele ser breve y finaliza las acciones de las personas. El final de una historia puede ser abierto.
 - **Diálogos:** También, una historia posee diálogos o conversaciones entre los personajes.
 - **Descripciones:** Nos ayudan a imaginar las situaciones.

Hipermedia

Origen

El término es originario de (NELSON, 1970) Designándole a una media que pueda bifurcar o ejecutar presentaciones. Además, que respondan a las acciones de los usuarios, a los sistemas de preordenamiento de palabras y gráficos y puedan ser explorados libremente. Dicho sistema puede ser editado, graficado, o diseñado por artistas, diseñadores o editores.

Para Nelson, la idea de que dicha media maneje múltiples espacios simultánea o secuencialmente, hace que las medias se llamen híper-media. En donde el prefijo híper, es un término prestado por las matemáticas para describir los espacios multidimensionales. El término hipermedia toma su nombre de la suma de hipertexto y multimedia, una red hipertextual en la que se incluye no sólo texto, sino también otros medios: imágenes, audio, vídeo, etc. (Torrico, 2015)

También se puede mencionar que a finales de la década de los 70, multimedia era la integración de voz, texto, datos y gráficos, en los 90 a estos elementos se suman los gráficos interactivos, las imágenes en movimiento, las secuencias de audio y vídeo, las imágenes en tres dimensiones, la composición de documentos digitales y la realidad virtual. En principio, la cualidad multimedia no está restringida a la informática: un libro acompañado de una cassette de audio es una obra multimedia, sin embargo, poco a poco, el término hipermedia se ha ido generalizando para referirse a la informática y al mundo digital.

Definición de hipermedia

Se entiende por hipermedia a la extensión del concepto de hipertexto, en la cual audio, video, texto e hipervínculos generalmente no secuenciales, se entrelazan para formar un continuo de información e interacción, que puede considerarse como virtualmente infinito desde la perspectiva de Internet. (Scolari, 2016) Este concepto hace referencia a la información que puede aparecer en muchos formatos: texto, gráficos,

sonido, películas, etc. Es decir, los lectores pueden explorar la información como lo deseen. Esto significa, a su vez, que un mismo documento puede servir a públicos diferentes.

Dicho de otro modo, la hipermedia es el resultado de la combinación de hipertexto y multimedia, definición en la cual coinciden de varios autores [Balasubramanian], [Bianchini], [Salampasis], [Rada] [Diaz, Catenacci y Aedo] Así pues, la hipermedia conjuga tanto la tecnología hipertextual, como la multimedia. Si la multimedia proporciona una gran riqueza en los tipos de datos, el hipertexto aporta una estructura que permite que los datos puedan presentarse y explorarse siguiendo distintas secuencias, de acuerdo a las necesidades y preferencias del usuario. (Real Academia de la Lengua, 2019)

Características

(Lapuente, 2018) Nos dice que las características que definen un hipermedia son:

- Los nodos de información que integran el conjunto ofrecen contenidos de diferente naturaleza informativa (textual, gráfica, sonora, etc.).
- Los nodos de información están integrados por un único medio (texto, gráfico, sonido, etc.) o una combinación de éstos.
- Los enlaces de partida pueden ser textuales y gráficos (e, incluso, sonoros).
- La naturaleza informativa del elemento que actúa como origen del enlace no se corresponderá, necesariamente, con la naturaleza informativa del nodo de destino. (Un enlace textual puede llevar a un documento sonoro.)

Elementos de un texto narrativo hipermedia

Considerando aquellos que señalan Jonassen y Wang. Estos autores hablan de cuatro elementos básicos de todo sistema hipermedia: nodos, conexiones o enlaces, red de ideas e itinerarios. (Cortese, 2016)

- a) **Nodo:** Es el elemento característico de hipermedia. Consiste en fragmentos de texto, gráficos, vídeo u otra información. El tamaño de un nodo varía desde un simple gráfico o unas pocas palabras hasta un documento completo. Los nodos también se les suele denominar cuadros, son la unidad básica de almacenamiento de información. En lugar de ofrecer un flujo continuo como en los libros o en las películas, hipermedia sitúa la información en nodos que están interrelacionados unos con otros de múltiples formas.
- b) **Conexiones o enlaces.** Interconexiones entre nodos que establecen la interrelación entre la información de los mismos. Los enlaces en hipermedia son generalmente asociativos. Llevan al usuario a través del espacio de información a los nodos que ha seleccionado, permitiéndole navegar a través de la base de conocimiento hipermedia, al ser activadas por un dispositivo de puntero (ratón, lápiz óptico, dedo, o pantalla táctil) dirigido a un "botón activo" en la pantalla. Una gran cantidad de sistemas hipermedia permiten al usuario modificar algunas conexiones o crear nuevas.

Pueden darse distintos tipos de conexiones: de referencia (de ida y vuelta), de organización (que permiten desenvolverse en una red de nodos interconectados) un valor, un texto, hay conexiones explícitas e implícitas, etc...

- c) **Red de ideas.** Proporciona la estructura organizativa al sistema. Los nodos son conectados juntos en rutas o trayectorias significativas. La estructura del nodo y la estructura de conexiones forman, así, una red de ideas. Una red es, por tanto, un grupo o sistema de ideas. La estructura organizativa de algunos sistemas hipermedia viene determinada por el modelo de información de la base de conocimiento hipermedia, que describe la organización de las ideas y sus relaciones que, explícitamente señaladas, ayudan al usuario a aprehender mejor la información. En otros casos el modelo de información puede ser introducido por el usuario (en este caso la estructura organizativa refleja la red semántica del usuario).

- d) Itinerarios. Los itinerarios pueden ser determinados por el autor, el usuario/alumno, o en base a una responsabilidad compartida. Los itinerarios de los autores suelen tener la forma de guías. Muchos sistemas permiten al usuario crear sus propios itinerarios, e incluso almacenar las rutas recorridas para poder rehacerlas, etc. Algunos sistemas graban las rutas seguidas para posteriores revisiones y anotaciones.

Prensa escrita en Ecuador

Luego de la prolongada crisis que sobrevino a la Real Audiencia de Quito, la segunda mitad del siglo XVIII fue de agitación social, intelectual y cultural. En ese clima social y político surgió Primicias de la cultura de Quito, el primer periódico de nuestra historia publicado el 5 de enero de 1792 por Eugenio de Santa Cruz y Espejo (1747-1795), promotor de la “Sociedad Patriótica de Amigos del País”.

Primicias se imprimió en Quito por el tipógrafo Salazar. Tenía un formato pequeño de “un cuarto”, como se llamaba, con un promedio de dieciséis páginas. Anunció que aparecería cada quince días. El periódico, obviamente, no estaba destinado a divulgar noticias que podían conocerse de un día para otro, sino a publicar textos de opinión, destinados a fomentar los intereses locales y a promover tesis. Contenía ensayos sobre cuestiones filosóficas, políticas, literarias y de promoción económica; discursos, cartas y también piezas más cortas e inclusive unos pocos anuncios.

Antecedentes y evolución: El universo y el comercio

El universo: Una historia en cuatro sedes

Tomado de (EL UNIVERSO, s.f.) Este diario se ha conectado desde sus cimientos con cambios innovadores y periodísticos en estos 91 años de vida abierta en Ecuador. Cambios que han requerido variaciones en su marco. Uno de ellos ha sido su comando central. En 9 décadas, el documento se ha creado en cuatro áreas distintas, cada una ajustada a su tiempo y a su mundo. (Rubio, Analisis de la prensa en el Ecuador, 2016)

1921: El campamento base principal del diario el universo se situó en Chimborazo 1310 entre Vélez y Luque. Involucraba la planta baja de la propiedad del agente y bombero de Guayaquil Asisclo G. Garay. Fueron los principales tramos largos del viernes 16 de septiembre de 1921, cuando las pequeñas explosiones apresuradas resultaron desde ese punto: "¡EL UNIVERSO! ¡EL UNIVERSO!"

1924: en este año la mañana se trasladó a la casa en la esquina noroeste de Boyacá 1714 y Sucre, poseída por Ismael Pérez Pazmiño (a la izquierda, la estructura tal como está hoy). Del mismo modo, debido a la expansión en su imprenta, talleres de fotograbado y la fusión de nuevos socios en su Escritura, prácticamente todas las divisiones y cuartos superiores de la casa fueron empoderados, lo que también estuvo involucrado por los familiares del jefe de origen.

1932: Cuando en abril de este año concluyeron las gestiones de compra que realizó Ismael Pérez Castro por la ausencia de su progenitor de gira por Europa, el universo inauguró las instalaciones del Templo Masón ubicado en Escobedo 1204 y Nueve de Octubre, donde permaneció casi 62 años.

Cambios sobrenaturales ocurrieron en la vida del periódico y en la nación, y el cuerpo del ejecutivo Ismael Pérez Pazmiño, quien pateó el cubo el 1 de noviembre de 1944 en Los Ángeles, Estados Unidos, incluso estuvo oculto.

1993: Nuestra casa autorizada está situada en la avenida Domingo Comín y Ernesto Albán, al sur de la ciudad, fueron las palabras del director del medio de comunicación Don Carlos Pérez Barriga.

La impresionante estructura que alberga las diferentes divisiones que con su trabajo particular hacen que el universo proceda con su administración de El Mayor Diario Nacional, también alberga la prensa offset Goss Headliner, que es una de las más actuales en América Latina por su capacidad de impresión para sombreado completo.

Aquí, en este momento, se satisfacen largos períodos de administración, en medio de un cambio innovador constante forzado por la vida actual y los propios usuarios, entusiasmados por un artículo en constante cambio.

El comercio

El comercio fue fundado en Quito, el 1 de enero de 1906, por los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome. Se editaron cuatro páginas de formato estándar, impreso en un taller servido por cinco tipógrafos, un armador de planos, un prensista que operaba una pequeña máquina manual y algunos ayudantes. El tiraje se limitó a 500 ejemplares (Jordán, 2017)

A lo largo de sus 110 años de vida el comercio ha sido testigo y protagonista de la historia ecuatoriana, permanente impulsor de las grandes realizaciones nacionales y decidido defensor de la democracia y las libertades públicas e individuales. Su inquebrantable defensa de la libertad de expresión le representó más de una clausura.

EL Comercio ha intervenido en el convivir nacional como informador y moderador de la opinión pública, como vínculo de la integración nacional, resaltando los valores nacionales y propiciando el desarrollo de la comunidad ecuatoriana. El desarrollo del periodismo ecuatoriano, así como de la publicidad, fueron estimulados por este diario, gracias a la constante preparación de sus recursos humanos y a la incorporación permanente de nuevas tecnologías en las artes gráficas.

El comercio se mantuvo a lo largo de estos años siempre a la vanguardia de los adelantos tecnológicos, así como de las nuevas corrientes y tendencias periodísticas, sin alejarse de los postulados ideológicos que han sido la esencia de su presencia y credibilidad. El papel es visto como el medio impreso nacional con el mejor impacto y credibilidad, debido a la autonomía y desapego de los ejercicios que no sean ejercicios periodísticos cuidadosamente. El 1 de febrero de 2016 Televisión, un tragamonedas de

TV con inclusión de datos, reclamado por El Comercio Group; La recurrencia permitida para la transmisión de dicha estación de televisión es objeto de un debate sobre anomalías encontradas por el Contralor General de la República del Ecuador. En ese año equivalente, la reunión impulsó su papel computarizado, que durante 10 años ha llegado al mayor número de endosantes alistados en contraste con otros medios de comunicación cercanos.

El sitio computarizado del comercio de Ecuador distribuye datos actualizados progresivamente desde Quito, Guayaquil, Cuenca y los 24 territorios de la nación. Asimismo, adquiere cuentas de ecuatorianos del mundo y temas de coyuntura mundial. También incorpora contenido deportivo y de diversión. El medio con más asociación con la red está actualmente compuesto. La calidad del sitio es una mejora mecánica en la administración de informes, lo que le ha permitido desarrollar a la vista y la creación de sonido de video, sonido, narración, apoyo público. Asimismo, es el principal medio que trabaja en la cobertura de noticias informativas en Ecuador.

www.elcomercio.com registra un promedio de 4 millones de invitados interesantes y más de 20 millones de visitas en línea por mes, como lo indica la información de Digital Analytics Comscore. La página web se encuentra entre los 8 sitios más importantes de Ecuador, según Alexa.com.

2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de la información


Para la realización del presente trabajo de caso de estudio se utilizó un método descriptivo, el mismo que permite un análisis sobre los factores que intervienen en la narrativa hipermedia que se da en los diarios digitales de estudio como lo son El Universo y El Comercio.

Como herramienta para la obtención de la información por su parte se empleó fichas de observación, lo que permitió un análisis comparativo sobre los elementos digitales empleados por los redactores de los diarios antes mencionados para informar a la ciudadanía sobre el acontecer mundial, nacional y local.



3. RESULTADOS OBTENIDOS


Para el análisis del presente caso se procedió a realizar una comparación entre la narrativa hipermedia del diario el universo y el comercio como se puede evidenciar a continuación:

ITEMS	DIARIO EL UNIVERSO	DIARIO EL COMERCIO
FECHA	1 de junio, 2019 - 15h56	1 de junio de 2019 13:00
PERIODISTA	S/N	Mónica Orozco
TÍTULO	La gasolina súper con el precio más alto por galón para este mes de junio. (ver aquí imagen #1)	Precio de la gasolina súper en terminal subió en USD 0,26 por galón en junio. (ver aquí imagen #4)
IMAGEN		
NARRACIÓN	<p>Narrador: Editorial</p> <p>Personajes: Gustavo Darquea – pueblo ecuatoriano</p> <p>Hechos: Subida del costo del combustible</p> <p>Trama: Información estadística sobre los costos y explicación de los rangos sobre los niveles de producción local</p> <p>Introducción: Liberación del precio</p> <p>Nudo: Explicación del costo en el mes de diciembre 2018 y el actual, además del ajuste periódico que se debe realizar cada mes.</p>	<p>Narrador: Mónica Orozco</p> <p>Personajes: Pueblo ecuatoriano</p> <p>Hechos: Subida del costo del combustible súper</p> <p>Trama: información sobre el incremento mensual del costo del combustible súper en los últimos tres meses</p> <p>Introducción: En junio continúa el alza del combustible súper y continuará con tendencia al alza</p> <p>Nudo: Explicación sobre la fluctuación del costo del combustible tomando como base \$2,31 y el costo actual</p>



	<p>Desenlace: ajuste presupuestario en base a costos de almacenamiento, comercialización para la definición del margen de ganancias.</p> <p>Diálogos: Entrevista y opinión de Gustavo Darquea director de la franquicia Petrocomercial.</p>	<p>Desenlace: Expone que el alza se basa principalmente a la calidad del crudo y sus derivados.</p> <p>Diálogos: S/N</p>
<p>Características hipermedia</p>	<p>Ícono No posee icono de la noticia, únicamente de Facebook y twitter para que las personas sigan las noticias desde sus redes sociales. Los iconos que se encuentran en el portal, no llevan a la noticia expuesta, para visualizarla hay que hacerlo directamente de las plataformas.</p> <p>Links de información adicional <u>ECONOMÍA</u></p> <p><u>liberalizó el precio en Ecuador, el pasado mes de diciembre</u> <u>Cada mes en Ecuador el precio se ajusta en base al decreto presidencial del 26 de diciembre del 2018.</u></p> <p>Videos No posee</p> <p>Sonido. No posee</p>	<p>Ícono</p>  <p>Al costado izquierdo de la publicación lo que se puede visualizar es un semáforo de valoración de la noticia además de los iconos de Facebook y twitter correspondientes a la página del Comercio.</p> <p>Los iconos que se encuentran en el portal, no llevan a la noticia expuesta, para visualizarla hay que hacerlo directamente de las plataformas.</p> <p>Links de información adicional <u>NEGOCIOS</u></p> <p>Videos No posee</p> <p>Sonido. No posee</p>



ITEMS	DIARIO EL UNIVERSO	DIARIO EL COMERCIO
-------	--------------------	--------------------

FECHA	18 de agosto, 2019 - 04h38 - (Actualizado a las 15:30)	18 de agosto del 2019 a las 04:28:30
PERIODISTA	S/N	S/N
TÍTULO	Temblor en El Triunfo se sintió en varias provincias de Ecuador esta madrugada (ver aquí imagen #2)	Sismo de magnitud 5.14 grados en la escala de Richter en Guayas (ver aquí imagen #5)
IMAGEN		
NARRACIÓN	<p>Narrador: Editorial</p> <p>Personajes: habitantes del cantón El Triunfo y sectores aledaños</p> <p>Hechos: Fuerte temblor</p> <p>Trama: Sismo de 5,14 despertó a la comunidad que habita en el cantón el Triunfo de la Provincia del Guayas</p> <p>Introducción: Fuerte remezón despertó en la madrugada a los habitantes del Triunfo</p> <p>Nudo: Las habitantes se asustaron y a pesar de no existir víctimas ni daños materiales, el ECU 911 encendieron un sistema de alarmas para contingencia en caso de replicas</p> <p>Desenlace: se procedió al cierre temporal de los túneles de los cerros Santa Ana, del Carmen y San Eduardo en la ciudad de Guayaquil para el análisis</p>	<p>Narrador: Editorial</p> <p>Personajes: habitantes del cantón El Triunfo</p> <p>Hechos: Fuerte sismo que despertó a la comunidad del Triunfo y sectores aledaños</p> <p>Trama: Información reportada desde la sede del ECU 911 Samborondón, sobre el sismo que se presentó en la madrugada del día 18 de agosto del 2019</p> <p>Introducción: Información referencial con datos de IGEPN sobre el sismo y datos obtenidos del ECU 911</p> <p>Nudo: Análisis de las zonas afectadas, además de que sectores además del epicentro sintieron el sismo, también se especificó la posibilidad de la activación del cinturón de fuego o Anillo de fuego del pacífico.</p> <p>Desenlace: Referencia al terremoto de 7.8 grados que se registró hace tres años atrás.</p> <p>Diálogos: no existieron solo es informativo</p>

	de sus estructuras, pero fueron habilitados a partir de las 07:00 am. Diálogos: No existieron solo es informativo	
Características hipermedia	<p>Ícono No posee icono de la noticia, únicamente de Facebook y twitter para que las personas sigan las noticias desde sus redes sociales. Los iconos que se encuentran en el portal, no llevan a la noticia expuesta, para visualizarla hay que hacerlo directamente de las plataformas.</p> <p>Links de información adicional <u>ECUADOR</u></p> <p>Videos No posee</p> <p>Sonido. No posee</p>	<p>Ícono</p>  <p>Al costado izquierdo de la publicación lo que se puede visualizar es un semáforo de valoración de la noticia además de los iconos de Facebook y twitter correspondientes a la página del Comercio. Los iconos que se encuentran en el portal, no llevan a la noticia expuesta, para visualizarla hay que hacerlo directamente de las plataformas.</p> <p>Links de información adicional Actualidad GUAYAQUIL</p> <p>pic.twitter.com/xjW6dtZHec</p> <p>Videos No posee</p> <p>Sonido. No posee</p>

ITEMS	DIARIO EL UNIVERSO	DIARIO EL COMERCIO
FECHA	10 de octubre, 2019 - 06h27	10 de octubre de 2019 20:09
PERIODISTA	S/N	Redacción Guayaquil

TÍTULO	Paro en Ecuador: Lo que se sabe este jueves 10 de octubre (ver aquí imagen #3)	AER pide a los grupos indígenas que dialoguen y rechazan la violencia (ver aquí imagen #6)
IMAGEN		
NARRACIÓN	<p>Narrador: Editorial</p> <p>Personajes: Pueblo ecuatoriano</p> <p>Hechos: paralizaciones en el Ecuador</p> <p>Trama: Análisis de las principales ciudades y las vías del país</p> <p>Introducción: Las paralizaciones en Ecuador cumplieron una semana. Tras la marcha sobre Quito se espera que las comunidades indígenas comiencen su retorno a sus comunidades.</p> <p>Nudo: se expuso los principales acontecimientos dentro de las ciudades principales del país como es Quito y Guayaquil, además de ello se dio información a la ciudadanía de las vías inhabilitadas y deshabilitadas</p> <p>Desenlace: informe sobre acontecimientos referentes al paro nacional del país.</p> <p>Diálogos: No existieron solo es informativo</p>	<p>Narrador: Editorial</p> <p>Personajes: AER, pueblo ecuatoriano, Conaie</p> <p>Hechos: Protestas violentas en el Ecuador</p> <p>Trama: Llamado al dialogo por la paz y un acuerdo a las medidas económicas</p> <p>Introducción: La AER rechaza las agresiones violentas que sufrió el periodista Freddy Paredes.</p> <p>Nudo: El presidente del AER expone que se debe buscar un dialogo</p> <p>Desenlace: se busca la paz y el dialogo, pero de una forma para llevar a un convenio que beneficie a ambas partes.</p> <p>Diálogos: AER - Conaie</p>

<p>Características hipermedia</p>	<p>Ícono No posee icono de la noticia, únicamente de Facebook y twitter para que las personas sigan las noticias desde sus redes sociales. Los iconos que se encuentran en el portal, no llevan a la noticia expuesta, para visualizarla hay que hacerlo directamente de las plataformas.</p> <p>Links de información adicional <u>POLÍTICA</u> http://pam.gob.ec</p> <p>Videos No posee</p> <p>Sonido. No Posee</p>	<p>Ícono  Al costado izquierdo de la publicación lo que se puede visualizar es un semáforo de valoración de la noticia además de los iconos de Facebook y twitter correspondientes a la página del Comercio. Los iconos que se encuentran en el portal, no llevan a la noticia expuesta, para visualizarla hay que hacerlo directamente de las plataformas.</p> <p>Links de información adicional Actualidad QUITO</p> <p>Videos Cuenta con un video el mismo que se encuentra posteoado en la cuenta de twitter de la página del Comercio, posee una duración de 0:45 seg y tiene 284 reproducciones.</p>  <p>Sonido. El video posee audio el mismo que en nítido y coherente sobre la noticia que se expone en el titular.</p>
--	--	--

Situaciones detectadas

Se pudo detectar al realizar el informe comparativo que en ambas estructuras periodísticas que el diario el Comercio si toma en mención al comunicador que realizó el reportaje o entrevista, además de ello la noticia es más resumida tomando como referencia la idea principal que en la mayoría de los casos es el tema, no presenta una redacción amarillista ni sensacionalistas, sino más bien busca indagar los hechos y conocer la fuente de la verdad, lo mismo se pudo evidenciar en el diario el Universo, con la única diferencia que este último utiliza más el tipo de comentario editorial, reservándose los derechos de autor, su redacción es más amplia y expone diversos puntos de vista tomando como principal referencia a las instituciones públicas y verificando la misma mediante la realización de entrevistas.

La narrativa hipermedia utilizada por los diarios es principalmente la fotografía, en un fondo blanco para el Universo y celeste claro para el Comercio, lo que permite resaltar el color negro de las letras, los hipervínculos creados para redirigir la noticia, normalmente no llevan a un antecedente o precedente de la noticia expuesta, sino a otros contenidos basados en la línea de investigación o el lugar de los hechos, es así que se abordan líneas como política, sociedad, economía, actualidad y lugares como Guayaquil, Quito, es muy poco a casi nulo la utilización de videos, únicamente un 17% de las noticias constatadas contiene un video con audio donde los autores del acontecimiento exponen su criterio u opinión ante los hechos cabe resaltar que las versiones digitales de los dos diarios tienen un motor de búsqueda lo que permite revisar noticias anteriormente publicadas.

Soluciones Planteadas

Como soluciones ante el proceso de narración se puede expresar lo siguiente:

El comercio:

- Debe utilizar un método narrativo más explicativo, en ocasiones la noticia es muy corta y hace notar la falta de información.
- Utiliza poco lenguaje técnico y más populismo.
- Debe indagar un mayor número de fuentes para conocer diversos puntos de vista sobre un hecho o verdad.

- No existe links que permitan una interconexión con otras páginas que hagan referencia a la noticia expuesta o permitan revisar un antecedente.

Por su parte el diario el Universo:

- Debe verificar la noticia dando a conocer el periodista que estuvo en narración de la misma.
- Se debe controlar el exceso de la utilización de pensamientos editoriales.
- En ocasiones el texto es muy extenso cayendo en el aburrimiento del lector.
- Mejorar los links de interconexión porque redirigen a un tema general y no a un título específico que se relaciones con la noticia expresada o en marco a la temática expuesta.

4. CONCLUSIONES

En cualquier caso, Ecuador es una nación que se ha integrado constantemente en Internet, a decir verdad, todavía está en ese procedimiento, y con esta adición incompleta, los medios y escritores convencionales han descubierto nuevas oportunidades para asesorar. Establecer si los medios convencionales informan bien o gravemente en la web, es emocional, ya que esto depende en gran medida del reconocimiento del cliente, tendencias políticas, filosóficas, sociales, entre otros.

En cualquier caso, podemos ver que los medios convencionales, por ejemplo, Diario El Comercio y El Universo, han creado representaciones computarizadas que iluminan las circunstancias nacionales y mundiales. Sea como fuere, todavía queda mucho por hacer. Principalmente en temas de la publicación y desarrollo de artículos de carácter visual, sonora y comunicación con clientes, lo que ya no impresiona a nadie

Por otra parte, Internet abrió las puertas para los medios habituales, pero además de los nuevos canales de comunicación los cuales han ido cuidadosamente avanzando desde su creación y la composición actual de la web.

Esto produjo una ampliación de los datos, la infraestructura de contención de los medios convencionales fue aniquilada, como una forma de hablar, con el surgimiento de estos nuevos medios e hizo nuevas puertas instructivas para los clientes. En este momento, tenemos diferentes medios que informan de varias maneras.

El avance de las organizaciones informales distintivas hizo nuevos artistas de noticias, escritores residentes, individuos estándar que enviaron fotografías y grabaciones de las ocasiones más importantes y ocasiones progresivamente desde un teléfono inteligente.

Esto potencia la profesionalización de la cobertura informativa informatizada, y aceptar que la presentación de informes debe ser posible en cualquier caso de forma habitual es una confusión mortal para los medios y los escritores.

La correspondencia y la innovación están conectadas entre sí, y en la mejora mecánica actual, los medios, por ejemplo, los columnistas, deberían integrarse tan pronto como el tiempo lo permita en este nuevo espacio de diferentes aperturas de correspondencia.

La web permite al escritor tener información suficiente sobre los diversos dispositivos que nos brindan las nuevas innovaciones. Además, lo más importante es conocer el espacio donde se transmitirán los datos, es decir, darse cuenta de cómo observar los datos que se encuentran en la web, componerlos con precisión para el espacio computarizado y tener un deber social.

5. RECOMENDACIONES

En el Ecuador es importante implementar nuevos medios para realizar noticia para ello la nueva era tecnológica, pone a disposición herramientas que exponen los hechos de una manera más rápida y loable.

Los medios digitales emplean una narrativa hipermedia, la cual no está del todo impuesta, es importante analizar la forma de hacer noticia y como estos elementos pueden auxiliar al periodista, mejorando la relación con la ciudadanía, la utilización de videos, audios e imágenes acercan al lector a los hechos que son narrados por los personajes que se ven envueltos en el desarrollo de la misma.

Es importante mejorar la utilización de las herramientas audiovisual, las cuales no se encuentran en todas las noticias expuestas en el medio digital, se continúa empleando una narración tradicional a pesar de encontrarse expuestas en la web.

Las páginas del Comercio y el Universo, posee motores de búsqueda los que llevan a la noticia o día de consulta, pero se debe mejorar los links internos o hipervínculos que posee el texto, porque los mismo no llevan a un antecedente, sino a otra noticia que no se relaciona con la expuesta, la publicidad en ocasiones vuelve lenta a la página de consulta lo que dificulta su lectura.

Bibliografía

- Barrera, B. (2018). *Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario extra en la parroquia de Guaytacama*. Cotopaxi: UTCPX.
- Bruner, J. (2017). *Cruzando la frontera del plan de estudios de ciencias tradicionales*. Brasil: SENSE.
- Cortese, J. (2016). *Internet Learning y la construcción del conocimiento*. New York: CAMBRIA.
- ECHEVERRIA, E. (2016). APOLOGIA DEL MATAMBRE. BUENOS AIRES: Wikisource.
- EL UNIVERSO. (s.f.). Obtenido de www.eluniverso.com/quienessomos/historia.htm#1
- García, F. J. (2015). *Salud mental*. Mexico: ISSN.
- Gargurevich, J. (2018). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Perú: Fondo Editorial.
- Jordán, R. (2017). *Los medios de Comunicación en Ecuador*. Quito: CEPAL.
- Ladéese, L. (2014). *El consumo de diario "El Extra" en los conductores de la Cooperativa de Buses Urbanos Pichincha y su incidencia en sus expresiones cotidianas*. Quito: Universidad de San Francisco de Quito.
- Lapiente, M. J. (29 de 07 de 2018). *Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <http://www.hipertexto.info/documentos/caracter.htm>
- López, H. A. (2018). *El titular, manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.
- Piglia, R. (2016). *Literatura para la infancia*. Mexico: PAIDOS.
- PuroMarketing. (2015). *Industria de la comunicación y economía digital*. Barcelona: UOC. Obtenido de Puro Marketing.
- Ramírez, O. C. (16 de 06 de 2019). <https://www.aboutspanol.com>. Obtenido de <https://www.aboutspanol.com/cronica-periodistica-2879694>
- Real Academia de la Lengua. (24 de 08 de 2019). <https://dle.rae.es>. Obtenido de <https://dle.rae.es/?w=m&origen=REDLE>
- Rubio, E. (2016). *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*. Quito: UTEQ.
- Scolari, C. A. (2016). *Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Torrice, G. (2015). *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*. México: Percy.

UTCHENCO, S. L. (2015). *CICERON Y SU TIEMPO*. MADRID - ESPAÑA: AKAL.

Valencia Eliana. (2016). *Análisis del Léxico Empleado en los titulares de la prensa popular colombiana*. Colombia: UMD.