

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:

**Análisis de la aceptación del nuevo formato impreso del diario El Universo
durante la pandemia COVID 19, 2020.**

AUTOR:

Dayana Liz Roca Cervantes

TUTOR:

Mónica Joselyn Andrade Bazan

BABAHOYO - ECUADOR

2021

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

Dedico el proyecto a quienes están y estuvieron involucrados en mi formación profesional. A mis padres que confiaron en mí y notaron la determinación y ambición de conocimiento.

A los periodistas quienes se vieron afectados por la situación sanitaria mientras cumplían con su deber, a los pequeños vendedores de periódicos quienes son los mayores afectados en su sustento diario.

Dayana Liz Roca Cervantes

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que en su misericordia me proporciono la vida, la inteligencia y coraje de iniciar en los estudios del periodismo y comunicación, gratificar el sentimiento de amor y apoyo de mis padres quienes a pesar de las dificultades supieron sobrellevar y mantener mi desarrollo educativo.

A la fortuna que me permitió conocer a la persona que amo, el mismo que ha demostrado su apoyo incondicional en los proyectos que me planteo.

Mi gratitud sincera a quienes conforma la Universidad Técnica de Babahoyo, por su arduo trabajo en la creación de profesionales quienes formaran el presente y el mañana de la patria.

Dayana Liz Roca Cervantes

RESUMEN

La prensa escrita es sin duda la base de la comunicación y una de las primeras en evolucionar con los avances tecnológicos. Dentro del campo social se ha desarrollado de tal manera que se convirtió en una necesidad fundamental. En el Ecuador existen más de 50 empresas dedicadas a la prensa escrita, a nivel nacional existen cuatro periódicos principales, siendo estos: El Universo, Extra, El comercio, Expreso, cada uno marca un aspecto que los distingue y que forma parte de su identidad.

En este caso tomaremos como referente al diario El Universo quien ya cuenta con 99 años de funciones. Desde su creación ha presentado variaciones en su formato, que van desde tener una sola hoja informática a contar con varias páginas. Además, con el pasar de los años y evolución de la tecnología, implemento en sus ediciones fotografías, color y elementos visuales distintivos, algo que cambio notablemente el modo de comunicar, y con esto la competencia se reforzó.

Desde el 2020 en pleno apogeo del virus Covid-19 emitió un comunicado sobre un nuevo remake del medio. Implemento un cambio a su formato tradicional, en este se notó el cambio de tamaño y la recolocación de ciertos elementos. De acuerdo a los análisis realizados se debieron a la influencia de ciertas corrientes periodísticas europeas. Sin embargo, estos cambios causaron cierto descontento en la población de lectores tradicionales, ya que los cambios suelen ser molestos hasta que se adapten. A esto es necesario sumarle la baja consumo de la prensa escrita por la problemática de la pandemia Covid19, más el constante relevo de la prensa digital.

Palabras clave: El Universo, diseño y diagramación, prensa escrita y ediciones.

ABSTRACT

The written press is undoubtedly the basis of communication and one of the first to evolve with technological advances. Within the social field, it has developed in such a way that it became a fundamental necessity. In Ecuador there are more than 50 companies dedicated to the written press, at the national level there are four main newspapers, these being: El Universo, Extra, El Comercio, Expreso, each one marks an aspect that distinguishes them and is part of their identity.

In this case, we will take as a reference the newspaper El Universo, which already has 99 years of service. Since its creation, it has presented variations in its format, ranging from having a single computer sheet to have several pages. Besides, with the passing of the years and the evolution of technology, it implemented photographs, color, and distinctive visual elements in its editions, something that significantly changed the way of communicating, and with this, the competition was reinforced.

Since 2020, at the height of the Covid-19 virus, it stated a new remake of the medium. I implement a change to its traditional format, in this, it was noticed the change in size and the relocation of certain elements. According to the analyzes carried out, they were due to the influences of certain European journalistic currents. However, these changes caused some discontent in the traditional reader population, as the changes are often annoying until they adapt. To this, it is necessary to add the low consumption of the written press due to the problem of the Covid19 pandemic, plus the constant replacement of the digital press.

Keywords: El Universo, Newspaper design, design and layout.

ÍNDICE GENERAL

I. 1

II. 2

2.1 2

2.2 3

2.3 3

2.4 9

2.5 10

III. CONCLUSIONES 12

IV. RECOMENDACIONES 13

V. BIBLIOGRAFÍA 14

VI. ANEXOS 1

I. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación tradicionales como la prensa escrita al igual que la televisión y otros; se han innovado y adaptado a las nuevas tendencias y demandas del consumidor, lo que ha dado como resultado cambios estructurales y gráficos en sus formatos. Desde la creación, la reproducción y propagación del periódico, donde en antaño solo estaba compuesta por una hoja y sin gráficos y un estilo de letra común, paso a tener variaciones que permiten al consumidor seleccionar el estilo y formato del medio que sea de su agrado.

El diario El Universo tiene 99 años de existencia en el Ecuador desde su creación su composición, diagramación y estructura ha cambiado de forma, tamaño y estilo de acuerdo a la época y a la necesidad informativa que desea cubrir. Al igual que El Universo existen diversos periódicos que buscan la vanguardia estética la cual debe ser atrayente para el consumidor. El Análisis de la aceptación del nuevo formato impreso del diario El Universo durante la pandemia COVID 19, 2020. Se plantea por la incertidumbre que los cambios de formato pueden crear dentro de los consumidores, pudiendo estos ser o no beneficiosos.

El estudio está pensado en la identificación de los aciertos o desaciertos del formato actual del periódico El Universo, tomando en consideración la opinión del consumidor y los criterios profesionales considerados para este cambio; la cual se llevará a cabo por medio de una entrevista a un colaborador del diario y así obtener algunas causas que provocaron este cambio de formato y por medio de una encuesta realizada a una muestra de 141 habitantes que viven en el sector ventanas, Los ríos. Ecuador.

Debido al panorama actual y lo que representa la situación sanitaria, las actividades laborales e incluso el comercio se ha visto afectado, los medios de comunicación tradicionales no han sido la excepción, la prensa escrita es uno de los medios que es doble mente afectado, debido a su lucha contra las modalidades de comunicación instantánea. La innovación de la prensa escrita es vital, sin necesidad de perder la esencia y veracidad que la identifica, por dicha razón toda modificación debe ser acertada y cumplir las necesidades del consumidor, sin perder el público tradicionalista. Este proyecto está orientado en la línea de investigación de la carrera: comunicación, lenguaje y estilos periodísticos. En las sub líneas de investigación de la carrera: impactos de los medios de comunicación en las masas.

II. DESARROLLO

II.1 JUSTIFICACIÓN

El panorama de las empresas de comunicación del Ecuador es poco conocido, especialmente en la prensa escrita. Los medios de comunicación impresos han cumplido una gestión invaluable en el proceso informativo; son parte de la historia y una de las primeras formas de comunicación masiva. A lo largo de los años han ido cambiando sus estilos, formatos y presentación. Así como ha evolucionado la sociedad, estos medios también lo han hecho junto a ella, sobre todo en la actual era tecnológica; en donde la generación moderna tiene otros parámetros y preferencias al momento de informarse. Es por ello, que adaptarse a las nuevas corrientes conceptuales y estéticas puede ser el punto de quiebre entre el éxito o la desaparición de los medios impresos. No obstante, los cambios pueden afectar a un público que ha sido fiel por décadas. Sin embargo, la no innovación de los medios podría desencadenar una lenta desaparición.

El Universo, por medio de sus canales digitales y en una que otra publicación impresa, dio a conocer su pronto rediseño y cambio en formato. El presente trabajo está enfocado en el análisis del nivel de aceptación de los habitantes del cantón Ventanas del nuevo formato impreso del diario El Universo; el cual fue implementado durante la emergencia sanitaria Covid-19 suscitada en el año 2020. Este evento mostró la importancia de la prensa clásica para las generaciones de antaño y como esta se ve afectada por la inmediatez, volatilidad de la comunicación digital y nuevas tendencias en formato-diseño para las actuales generaciones.

La realización del trabajo aportaría información valiosa, sobre cómo las nuevas tendencias globales de la prensa escrita implementadas en Ecuador son admitidas por la sociedad, y así los nuevos profesionales en comunicación y periódicos locales podrían utilizar la investigación como punto de partida en la innovación de formato-diseño de sus medios impresos.

A través de una investigación mixta se podrá establecer si la nueva diagramación y formato implementado es aceptado por los habitantes del cantón Ventanas, con ello se tendría una apreciación sobre el futuro del periodismo impreso en medio de la era digital. Al ser un estudio de caso, la investigación estará limitada solo al diario El Universo; el mayor representante de la prensa a la región costa y que además tiene alrededor de 100 años de fundación.

II.2 OBJETIVO

Analizar el nivel de aceptación del nuevo formato impreso del diario El Universo en el cantón Ventanas implementado durante la emergencia sanitaria Covid-19.

II.3 SUSTENTOS TEORICOS.

ORIGEN DE LA PRENSA ESCRITA EN ECUADOR

Sobre los hechos históricos relacionados a la prensa escrita, Julia Máxima considera que; el origen del periódico se remonta a épocas del imperio romano, alrededor del año 60 A.C, en el periodo de julio cesar como máxima autoridad; solía enunciar de manera habitual acta diurnas que estaban formadas por un foro. Donde e le informaba sobre hechos y acontecimientos recientes o que iban a suscitar en brevedad. (MAXIMA, 2020).

Desde el nacimiento de la imprenta en 1440, se dio apertura a la producción masiva de documentos en 1529, se dio la primera producción periodística la cual estaba conformada por una hoja que tenía varias noticias, sin embargo, desde 1580 se inició las producciones de periódicos con varias páginas. (MAXIMA, 2020)

En el Ecuador el periodismo nació el jueves 5 de enero de 1792, fueron los ideales reformistas de Eugenio Espejo, el incitador para la creación y circulación del primer ejemplar de “Primicias de la Cultura de Quito” (ver anexo1). En ella se ilustró: reflexiones morales, disquisiciones filosóficas y consejos de salubridad, higiene, buenas costumbres, etc., dejando divisar en el texto ideas fe justicia y libertad. (PINO, Enciclopedia del Ecuador, s.f.)

Las ideas de redención expresada por espejo, causaron impacto en 1809 con la aparición de una “Gaceta de la corte de Quito” cuyo objetivo era husmear los actos de la junta soberana de gobierno, (leales al rey de España) que se instaló el 10 de agosto de ese año. Desde entonces se detuvieron las publicaciones debido al periodo de “La patria boba”, donde se tuvieron que cambiar las plumas por armas, hasta 1821. (PINO, Enciclopedia del Ecuador, s.f.)

Luego de la resolución del 9 de octubre de 1820, el 26 de mayo de 1821 nace “El Patriota de Guayaquil” (ver anexo2), en su encabezado se visualizaba la siguiente frase “En los estados libres, la escritura debe gozar de la justa y natural libertad que en sí tienen los dones celestiales del pensamiento y la palabra”. Este periódico mantuvo una redacción anónima, pero se relacionaba a José Joaquín Olmedo y Rafael Jimena como parte de este. (PINO, Enciclopedia del Ecuador, s.f.)

Seis años más tarde el periodismo llega a Cuenca cuando por obra de Fray Vicente Solano y Francisco Eugenio Tamariz, quienes le dieron comienzo a “El Eco del Azuay”1827. Una vez

instaurada la república existieron muchas publicaciones que aparecían y desaparecían con rapidez debido a la persecución política que sufrieron los editores de aquel entonces. (PINO, Enciclopedia del Ecuador, s.f.)

En la actualidad existen 52 medios impresos con mayor relevancia en Ecuador, concentrándose la mayoría en las provincias de: Quito, Guayaquil y Cuenca, teniendo más de seis empresas dedicadas a la publicación de noticias en medios impresos, “Los diarios de mayor circulación nacional en Ecuador son: El Comercio (Quito), El Telégrafo, El Universo, Expreso y Diario Extra (Guayaquil). Adicional, muchas de las capitales de provincias disponen de 2 a 3 periódicos locales”. (ATDL, 2017)

HISTORIA DEL DIARIO EL UNIVERSO Y SU DIAGRAMACIÓN

El diario El Universo es el más grande representante de la prensa nacional, aproximadamente cuenta con 100 años de fundación y es uno de los que posee el mayor nivel de credibilidad, confianza y seriedad de la región.

“La primera sede de Diario EL UNIVERSO estuvo ubicada en Chimborazo 1310 entre Vélez y Luque. Ocupaba la planta baja de la propiedad del empresario y bombero guayaquileño Asisclo G. Garay. Eran las primeras horas del viernes 16 de septiembre de 1921 cuando desde allí salieron los presurosos canillitas que voceaban”: “¡EL UNIVERSO!, ¡EL UNIVERSO!”. (UNIVERSO, 2012)

El primer editorial publicado el viernes 16 de septiembre de 1921, fue 'En la brecha', es decir, “luchando” (ver anexo 4). (Universo, 2016). Además, surge en la era en la que Ecuador pasaba por importantes cambios políticos y sociales. Y al tiempo de la “Generación Decapitada”. Descollaba en las letras, una pléyade de poetas y escritores colaboraban con los principales diarios y revistas, que florecían y morían incesantemente como demostración de la intensa actividad intelectual que el Ecuador experimentaba. (PINO, Enciclopedia Del Ecuador, 2019).

“Inicio en 1921 estuvo ubicada en Guayaquil, en la calle Chimborazo 1310, entre las calles Vélez y Luque. Ocupaba la planta baja de la propiedad del empresario y bombero guayaquileño Asisclo G. Garay Portocarrero”. (Municipal de Turismo, 2020).

TENDENCIAS DE DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO EN LA PRENSA ESCRITA

La presentación y distribución de los elementos de las páginas de un periódico se relaciona siempre a la internacionalidad, su aspecto casi siempre responde fundamentalmente a los aspectos. Según Vizuete, se trata de conseguir páginas lo más atractivas posibles y que sean capaces de captar la atención del lector. Al mismo tiempo, este conjunto estético debe estar al servicio de la funcionalidad: la distribución de los elementos debe ayudar al lector a percibir y entender las informaciones. (Vizuete, 2005).

Otro factor a tener en cuenta en el orden de la informativa es el número de columnas que ocupa el titular de la noticia. Un texto titulado a cinco columnas se considera mucho más importante que otro titulado a dos o a una columna. El acompañamiento de material gráfico “infografía, fotografía o link” aporta asimismo un plus de importancia a las informaciones. (Vizuete, 2005). Cuando hablamos del diseño de un determinado medio nos referimos a las características formales del mismo:

- Número de columnas
- Tipografía
- Normas de titulación y distribución de los textos
- Empleo del material gráfico

Todos estos factores conforman la maqueta básica de la publicación. Las características. De todas formas, aun cuando los criterios generales de diseño sólo se revisen cada cierto tiempo, el día a día del periódico exige adoptar un continuo número de decisiones que inciden en el aspecto final que tendrá el mismo: distribución del espacio, elaboración de portadillas, ubicación del material gráfico. (Vizuete, 2005). Al igual que el diario el Universo en el año 2020.

El diseño de la prensa latinoamericana.

Según José Ignacio Armentia Vizuete. Al igual que sucede en los Estados Unidos, los periódicos iberoamericanos son fundamentalmente metropolitanos, habida cuenta del altísimo porcentaje de población que se concentra en las grandes urbes. Sin embargo, aun reconociendo esta evidente influencia, existen importantes diarios latinoamericanos que han optado claramente por el formato tabloide o por lo que tradicionalmente se conocía como tamaño standard, es decir un tabloide de gran tamaño, pero alejado de las dimensiones de la sábana «en España, las anteriores medidas de La Vanguardia o El Periódico de Catalunya estarían próximas a dicho formato». Este segundo grupo acogería desde cabeceras arrevistadas a tabloides grandes. Entre las características formales comunes cabría destacar el empleo de grandes titulares y la utilización de portadas modelo póster. (Vizuete, 2005).

Hasta mediados de la década de los 80, en la definición y establecimiento de los distintos modelos de diario se tenían en cuenta fundamentalmente factores tales como la distinción entre información y opinión, la división del periódico en secciones temáticas, la aplicación de criterios más o menos profesionales a la hora de establecer la "noticiabilidad" de los contenidos y la jerarquización de los mismos, el mayor o menor empleo de recursos formales (grandes fotografías, titulares llamativos) que tuviesen como objetivo provocar un determinado impacto en el lector -a costa incluso de un deterioro en los valores informativos de la página. (Vizuet, 2005).

Diseño del diario el Universo.

El Mayor Diario Nacional constaba de tres secciones separadas, ahora tendrá un solo cuerpo en un menor tamaño. Las fotografías siempre cuentan una historia por sí mismas y son importantes soportes de nuestros contenidos. El ajuste en el tamaño de Diario EL UNIVERSO implica que nuestros periodistas y comunicadores tendrán mayor capacidad de síntesis, entregándonos información con claridad, pero sin perder profundidad en la noticia. De esta manera se genera una mayor facilidad de lectura, en el contexto de una comunicación dominada por los medios audiovisuales. (UNIVERSO E. , 2020)

Además, se mantendrán todos los contenidos valorados por nuestros lectores tales como: Economía, Política, El Mundo, El País; y otros de gran interés como: Salud, Ecología, Familia, y más.

En la contraportada tendremos: Un destacado que indicará cómo estará el clima. Un código QR dará acceso a un audio y escuchar en su celular La Palabra de Hoy. Información de los ganadores de la Lotería Nacional y Lotto. (UNIVERSO E. , 2020)

Al implementar su nueva imagen, al igual que los principales periódicos del planeta como: El País de España, Le Monde de Francia, The Guardian de Inglaterra, The Wall Street Journal de Estados Unidos, entre otros. (Siguiendo así las tendencias Europeas). Los contenidos estarán identificados con su propio color:

- Naranja para Vida y Estilo. Con información variada y de utilidad en torno a tendencias, estilos de vida, gastronomía, cine y más.
- Verde para Marcador. Donde el lector se informará sobre la actualidad de todas las disciplinas deportivas.
- Amarillo. La sección clasificados y
- Rojo. Entretenimiento con comics, crucigramas, sudoku y horóscopo.

Emergencia sanitaria ecuador 2020

Normas de comunicación de brotes epidémicos de la OMS

Las acciones y prácticas de trabajo del Equipo Regional de Respuesta en general, y de sus especialistas de comunicación en particular, deben tener como referencia estas normas establecidas por la OMS:

Confianza. “Una de las metas esenciales para las autoridades que manejan la emergencia es fomentar, mantener o recuperar la confianza del público. Esto se aplica a todos los sistemas políticos, culturas y grados de desarrollo. Cuanto menos confíen las personas en las autoridades que manejan las emergencias más temerosas estarán y será menos probable que sigan las recomendaciones o pautas ofrecidas”. (Susana Arroyo Barrantes, 2009).

Anuncio temprano. “En este mundo globalizado e interconectado, es casi imposible ocultar al público la información sobre el impacto de la emergencia; tarde o temprano, esta saldrá a la luz y por tanto para impedir que circulen rumores e información errónea y para enmarcar el suceso, es mejor hacerla pública lo antes posible. Los anuncios tempranos a menudo se basan en información incompleta y a veces errónea. Es fundamental reconocer públicamente que la información inicial puede cambiar a medida que se comprueba o se obtiene más información. Los beneficios del aviso temprano superan los riesgos, e incluso estos riesgos (por ejemplo, proporcionar información inexacta) pueden reducirse al mínimo con mensajes apropiados de comunicación sobre riesgos”.(O.M.S, 2019)

Transparencia. “El mantenimiento de la confianza del público durante toda la etapa de la emergencia requiere transparencia, es decir, que la comunicación sea veraz, se comprenda fácilmente, sea completa y se atenga exactamente a los hechos. La transparencia caracteriza la relación entre los gestores de la emergencia y la población y permite que se visibilicen los procesos de obtención de información, evaluación de riesgos y toma de decisiones vinculadas con el control de riesgos”. (O.M.S, 2019).

Comprender al público. “Para que la comunicación sea eficaz, es fundamental comprender al público. Generalmente resulta difícil cambiar creencias preexistentes a menos que se aborden explícitamente. Si no se conoce lo que la gente piensa, es casi imposible idear mensajes satisfactorios que superen la barrera que se levanta entre el experto y el público. La comunicación de los riesgos debe ser un diálogo con el público. El comunicador debe

comprender las creencias, cultura, opiniones y los conocimientos de la gente sobre riesgos específicos”. (O.M.S, 2019).

Accesibilidad. “La información y los datos humanitarios deben ser accesibles a todos los actores humanitarios a través de formatos fáciles de usar y deben traducir las informaciones al lenguaje común o local, cuando sea necesario. Las informaciones y datos para propósitos humanitarios deben estar ampliamente disponibles por medio de una variedad de canales de distribución, en línea y fuera de línea, incluyendo a los medios de comunicación”. (O.M.S, 2019).

Responsabilidad. “Los usuarios deben poder evaluar la confiabilidad y credibilidad de los datos y las informaciones por medio del conocimiento de sus fuentes. El proveedor de la información debe ser responsables frente a sus aliados y a los actores por el contenido que publican y distribuyen”. (O.M.S, 2019).

Veracidad. “La información debe ser precisa, coherente y basada en metodologías serias, validada por fuentes externas y analizada dentro del marco contextual adecuado”. (O.M.S, 2019).

Relevancia. “La información debe ser práctica, flexible, sensible y motivada por necesidades operacionales en apoyo a la toma de decisiones a través de todas las fases de la crisis”. (O.M.S, 2019).

Objetividad. “Los encargados del manejo de la información deben consultar una variedad de fuentes cuando analizan y recopilan información para que puedan proveer perspectivas variadas y equilibradas para enfrentar problemas y recomendar soluciones”. (O.M.S, 2019).

Humanidad. “La información nunca debe ser utilizada para distorsionar, engañar o causar daños a poblaciones afectadas o en riesgo y deben respetar y recomendar soluciones”. (O.M.S, 2019).

Estas son unas de las características que todos los medios de comunicación debieron implementar en su estructura, todo esto para beneficiar al consumidor, cumpliendo con la razón vital mantener informado a la comunidad.

II.4 TÉCNICAS APLICADAS.

El presente trabajo corresponde a una investigación mixta; debido a que los datos recolectados serán: cualitativos y cuantitativos:

Los datos cualitativos que se recolectará conciernen a los nuevos componentes del diseño, diagramación y formato del diario El Universo y por qué se los implementó. Para ello se llevará a cabo una entrevista a un representante de este medio, a través de las plataformas de comunicación digital. Las preguntas realizadas al personal del diario. El director del área de marketing digital el ingeniero Aldo Mora cuyas respuestas se encuentran adjuntas en anexos 8.

Por otro lado, a nivel cuantitativo se mostrará gráficamente el nivel o índice de aceptación de la nueva presentación del diario, por parte de los consumidores. Para la recolección de datos se empleará como técnica la encuesta, la que será estructurada a través de la plataforma Google Forms. El formulario de la encuesta se encuentra adjunto en anexos 8.

El público al que va dirigida la encuesta fluctúa entre los 25-55 años y se los agrupará de acuerdo con generaciones: 25-35, 36-45, 46-55 y más de 55 años. De esta manera se conocerá si la edad o la generación influye en el nivel de aceptación. La población y muestra para el estudio serán habitantes del sector de ventanas los ríos Ecuador.

El número de la muestra tomada para el estudio de caso es de 141, que se lo obtuvo mediante la aplicación de la fórmula para obtención de muestras finitas y con un margen de error del 0.07, confianza del 0.90, probabilidad de 0.50.

N= Tamaño de la población (población de ventanas 66,551. Según el INEC 2010 (INEC, 2010)).

Z= Parámetro estadísticos que depende el nivel de confianza (90%= 1.664).

E= Nivel de error máximo estimado (0.07%)

P= Probabilidad que ocurra el evento estudiado (0.50%)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

II.5 RESULTADOS OBTENIDOS

La comunicación impresa en el Ecuador ha sufrido una gran caída a inicios de pandemia, muchos medios de comunicación gráfica debieron adoptar medidas drásticas para poder afrontar la crisis sanitaria sin dejar de informar a la sociedad. El Universo ha sido el primer diario en anunciar un cambio en su formato impreso; mediante varios comunicados en sus canales oficiales dio a conocer a sus lectores de su innovación. No obstante, las especulaciones por el cambio de formato generalmente se las atribuía a la optimización de recursos económicos, que por la presente crisis era normal.

El confinamiento hizo que la mayor fuente de comunicación sea la televisión y los medios digitales, disminuyendo aun más las posibilidades de recuperación de la prensa escrita. Sin embargo, el presente estudio dio resultados reveladores sobre el nuevo formato adoptado por el diario en pleno crisis sanitaria y su nivel de aceptación. En la entrevista realizada al Ing. Aldo Mora Coloma, colaborador de este medio de comunicación desde hace nueve años; mencionó que el cambio en el formato del medio impreso no fue de manera arbitraria solo por ahorrar recursos, sino por llegar a una nueva generación de lectores, quienes tienen diferentes hábitos de lectura.

Además, el Ing. Mora sostuvo que previo a la variación en tamaño y elementos de diagramación del periódico se realizaron varios estudios, y el rediseño del mismo ya estaba contemplado mucho tiempo antes de que la pandemia afectara al Ecuador. Pero que indudablemente, el problema sanitario fue un punto clave para que el cambio sea implementado con mayor rapidez. También, expuso que las tendencias internacionales en la prensa escrita estaban variando, y que la mayoría venía acortando un poco el formato para otorgar mayor practicidad y fácil manipulación para los lectores. Asimismo, señaló que se dieron cambios internos como la reducción de algunas secciones para darle más presencia a ciertos lineamientos gráficos; mejores fotografías, más espaciado en titulares, cambios de tipografías y mayor interlineado en los textos para permitir una mejor lectura.

Por otra parte, subrayó que al inicio los lectores se resistían al cambio y generó malestar en ellos pero que el público se va adaptando. Agregó, que este nuevo formato incomodó un poco a las personas mayores, debido a que al ser lectores de antaño ya estaban muy acostumbrados a la presentación anterior. Pero, por el contrario, por tendencias digitales y otros temas innovación global, las personas de las nuevas generaciones de edades entre 30 y 45 que

aun consumen prensa escrita, son más visuales y no solo leen, y en muchos casos leen poco, pero necesitaban más practicidad.

Para conocer el nivel de aceptación que tiene en la ciudad de Ventanas el nuevo formato del diario El Universo implementado en la emergencia sanitaria en el año 2020, se llevó a cabo una encuesta a 141 personas del cantón, es importante mencionar que es uno de los diarios con mayor presencia. Dentro de las variables que se expuso en la encuesta se encuentra el rango de edad de los lectores como índice fijo y de influencia en las demás variables.

Al analizar los resultados obtenidos en la encuesta, se pudo demostrar que existe una estrecha relación entre la edad y el nivel de aceptación del nuevo formato del diario por parte de los lectores del cantón Ventanas. Es notable que la frecuencia con la que compran el periódico varío de acuerdo a la edad. De los cuatro rangos de edades establecidos el que tiene un mayor número de lectores que compran a diario el periódico corresponde a las personas de más 55 años en adelante, mientras que el público de 25 – 35 años son los que menos compran el medio impreso por semana.

Además, cuando se les consultó sobre lo que más les gustó del nuevo formato; Organización de la información, tamaño y portada, el dato más alto corresponde a la población más joven 25 – 35 años, seguida de los de 36-45. Lo que demuestra que el nuevo formato El Universo tiene una relación estrecha con las nuevas tendencias y hábitos de las actuales generaciones. Por otra parte, cuando se consultó a los encuestados sobre su preferencia entre el formato-diseño anterior (2013) y actual (2020), la segunda opción; es decir el nuevo formato tuvo mayor acogida en todas las edades. Sin embargo, esta información se contrarresta con la pregunta anterior sobre lo más atractivo del nuevo formato, debido a que existe la posibilidad de que los lectores solo estén influenciados por la presentación o diseño de la portada más no con los cambios sustanciales en tamaño. Para corroborar dicho dato se realizó la última consulta, sobre las recomendaciones que harían en hacia El Universo, todos los rangos de edades coincidieron en que se debe cambiar la tipografía.

Estos resultados arrojados por las encuestas muestran que el nivel de aceptación de El Universo es alto y mayoritariamente los lectores jóvenes se sienten a gusto con él, pero que existen pequeñas molestias que corresponde a temas relacionados al diseño visual, más no al formato del periódico.

III. CONCLUSIONES

Conforme a los resultados obtenidos de la encuesta y entrevista realizada se puede concluir, que el cambio de formato del periódico El Universo durante la pandemia covid-19, no fue algo arbitrario, que se realizó solo por la emergencia sanitaria, sino fue un proceso que se llevaba trabajando hace mucho tiempo y que además implicó un análisis previo por parte del medio de comunicación. Sin embargo, la crisis de salud aceleró el cambio generando ciertos efectos en sus lectores.

Esta variación de formato tuvo mayor impacto en la población adulta mayor quienes aun no están familiarizados con las nuevas tecnologías y tendencias visuales, y mantienen sus hábitos de lectura tradicionales. Pero la necesidad de adaptarse a las nuevas generaciones y tendencias globales, los especialistas del medio idearon una nueva forma de presentación visual del periódico, buscando siempre la practicidad. En la ciudad de Ventanas, perteneciente a la Provincia de Los Ríos fue evidente la diferencia de percepciones y nivel de aceptación del nuevo formato y presentación visual del diario, el factor común fue la edad de los lectores.

Es normal que todo cambio genere resistencia al inicio sobre todo en las generaciones mayores. A medida que el tiempo transcurra los cambios actuales se volverán cotidianos, pero es innegable que las generaciones modernas se inclinan más por una versión digital que una analógica. Además, son una población muy visual y más práctica por lo que, no solo El Universo debió reinventarse para llegar a ellos, sino que esto será un efecto dominó, en donde el resto de medios de comunicación escritos deban innovar para seguir compitiendo con la tecnología y las nuevas tendencias. Así como lo mencionó el Ing. Aldo Mora, todo cambio trae malestar, pero con el pasar del tiempo se van adaptando. Además, pese al apogeo tecnológico siempre existirán lectores que deseen tener la experiencia de una lectura tradicional; en papel. Como todo producto el riesgo de la desaprobación social estará presente, pero en un mundo competitivo la clave del crecimiento es la innovación y El Universo está innovando para llegar a un público más joven.

En resumen, el diario El Universo es su nuevo formato adaptado en la emergencia sanitaria, si tiene una buena aceptación en la ciudad de Ventanas, con pequeñas variables que dependen del rango de edades. Sin embargo, un gran porcentaje concordó que su portada es atractiva, aunque algunos consideran un cambio de letra.

IV. RECOMENDACIONES

La realización de la investigación se la hizo a un sector específico, para una mejor perspectiva sobre el nivel de aceptación se debería replicar el estudio al menos a la región costa, en donde el diario El Universo tiene una gran acogida. Además de las tendencias en formato; refiriéndonos al tamaño, también se encontró otras variables como, la diagramación y diseño visual. Se recomienda un estudio más a detalle sobre componentes del diseño en el nuevo formato; si bien es mencionado en el proyecto, este componente no es tratado a detalle, debido a que la orientación del análisis es sobre el nivel de aceptación del formato en general, las variables específicas no fueron analizadas individualmente.

Por otro lado, el diario El Universo debe mantener los cambios actuales ya que, si tiene una aceptación significativa. Algunos encuestado, consideran que se debe modificar la tipografía, por lo que se recomienda un análisis visual, pero proponiendo como eje central las nuevas tipografías implementadas en el formato 2020 y detalles de color e imágenes.

V. BIBLIOGRAFÍA

- ATDL. (ENERO - FEBRERO de 2017). *Asociacion tecnica diarios latinoamericanos*. Obtenido de Asociacion tecnica diarios latinoamericanos: https://www.atdl.org/images/upload/revista/edicion/135/revista_135.pdf
- Historia, C. (1 de febrero de 2021). *CurioSfera Historia*. Obtenido de CurioSfera Historia: <https://curiosfera-historia.com/historia-del-periodico/>
- Hugo, V. (1802-1885). *Muy interesante*. Obtenido de Muy interesante: <https://www.muyinteresante.es/cultura/arte-cultura/articulo/10-grandes-frases-sobre-la-prensa-libre-161430394228>
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- MAXIMA, J. (16 de Noviembre de 2020). *Caracteristicas*. Obtenido de Caracteristicas: <https://www.caracteristicas.co/periodico/>
- Municipal de Turismo, P. C. (2020). *Guayaquil es mi Destino*. Obtenido de Guayaquil es mi Destino: <https://www.guayaquilesmidestino.com/apps/#/es/content/diario-el-universo-patrimonial>
- O.M.S. (05 de 2019). *Organización panamericana de salud*. Obtenido de Organización panamericana de salud.
- PINO, E. A. (2019). *Enciclopedia Del Ecuador*. Obtenido de Enciclopedia Del Ecuador: <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/el-universo/>
- PINO, E. A. (s.f.). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de Enciclopedia del Ecuador: <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/periodismo/>
- Susana Arroyo Barrantes, C. S. (06 de 2009). *Gestión de la información y comunicación en emergencias y desastres*. Obtenido de Gestión de la información y comunicación en emergencias y desastres: https://www.paho.org/chi/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=guias-para-desastres&alias=19-gestion-de-la-informacion-y-comunicacion-en-emergencias-y-desastres&Itemid=1145
- UNIVERSO, C. A. (2012). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <https://corporativo.eluniverso.com/quienessomos/historia.htm#1>
- Universo, E. (16 de Septiembre de 2016). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/opinion/2016/09/16/nota/5802700/brecha-hoy-primer-editorial-universo/>
- UNIVERSO, E. (16 de mayo de 2020). *EL UNIVERSO*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/16/nota/7843428/nueva-imagen-mismo-valor-compromiso-periodistico/>
- Vizuete, J. I. (2005). *EHU*. Obtenido de EHU: <http://www.ehu.eus/jiarmentia/doctorado/doctorado2005/diseinu.htm>

EL UNIVERSO

DIARIO LIBERAL DE LA ARANA
ORGANO DE INTERESES GENERALES

Edición de 8 páginas P. RECIO: 10 Centavos

ANO 1 Cuzco, Ecuador, Viernes 16 de Setiembre de 1921

EN LA BRECHA

HOY COMO AYER, LA PRENSA DEBE SER VEHICULO DE SINCERIDAD Y JUSTICIA

ESSE SERA NUESTRO PROGRAMA

El contenido de los periódicos es un programa. Mover un centavo, cambiar una línea, no es un programa. No es un programa el que se hace de ser maestro, el que se hace de ser periodista, el que se hace de ser ciudadano. El programa es el contenido de los periódicos, es el contenido de la vida pública, es el contenido de la conciencia nacional. El programa es el contenido de la vida pública, es el contenido de la conciencia nacional. El programa es el contenido de la vida pública, es el contenido de la conciencia nacional.

El impuesto a las joyas

Es de ad-valorem sobre la importación

El impuesto a las joyas es de ad-valorem sobre la importación. Este impuesto es de ad-valorem sobre la importación. Este impuesto es de ad-valorem sobre la importación. Este impuesto es de ad-valorem sobre la importación.

Nota Personal del Director

Los lectores en que se editaba el periódico diario EL UNIVERSO, han pasado desde ayer a ser propietarios del mismo, por compra de la Empresa EL UNIVERSO, por compra de la Empresa EL UNIVERSO, por compra de la Empresa EL UNIVERSO.

Flor de Breña

En esta ciudad, que es una flor de breña, se ha producido un gran movimiento. Este movimiento es de ad-valorem sobre la importación. Este movimiento es de ad-valorem sobre la importación. Este movimiento es de ad-valorem sobre la importación.

Un famoso bandido es encontrado muerto en Huaculla

La obra del extirpado agricultor Alvarado es asesinado por dos desconocidos

Un famoso bandido es encontrado muerto en Huaculla. La obra del extirpado agricultor Alvarado es asesinado por dos desconocidos. Un famoso bandido es encontrado muerto en Huaculla. La obra del extirpado agricultor Alvarado es asesinado por dos desconocidos.

LA CARRETERA de Loja a Jambeli

El Gobierno de Loja ha iniciado los trabajos para la construcción de la carretera de Loja a Jambeli. Este proyecto es de gran importancia para la región. El Gobierno de Loja ha iniciado los trabajos para la construcción de la carretera de Loja a Jambeli.

Doctor Gutierrez Garcés

Cirujano Dentista

Residencia de Loja, de todas las enfermedades de la boca y de la dentadura. El doctor Gutierrez Garcés es un experto en cirugía dental. El doctor Gutierrez Garcés es un experto en cirugía dental.

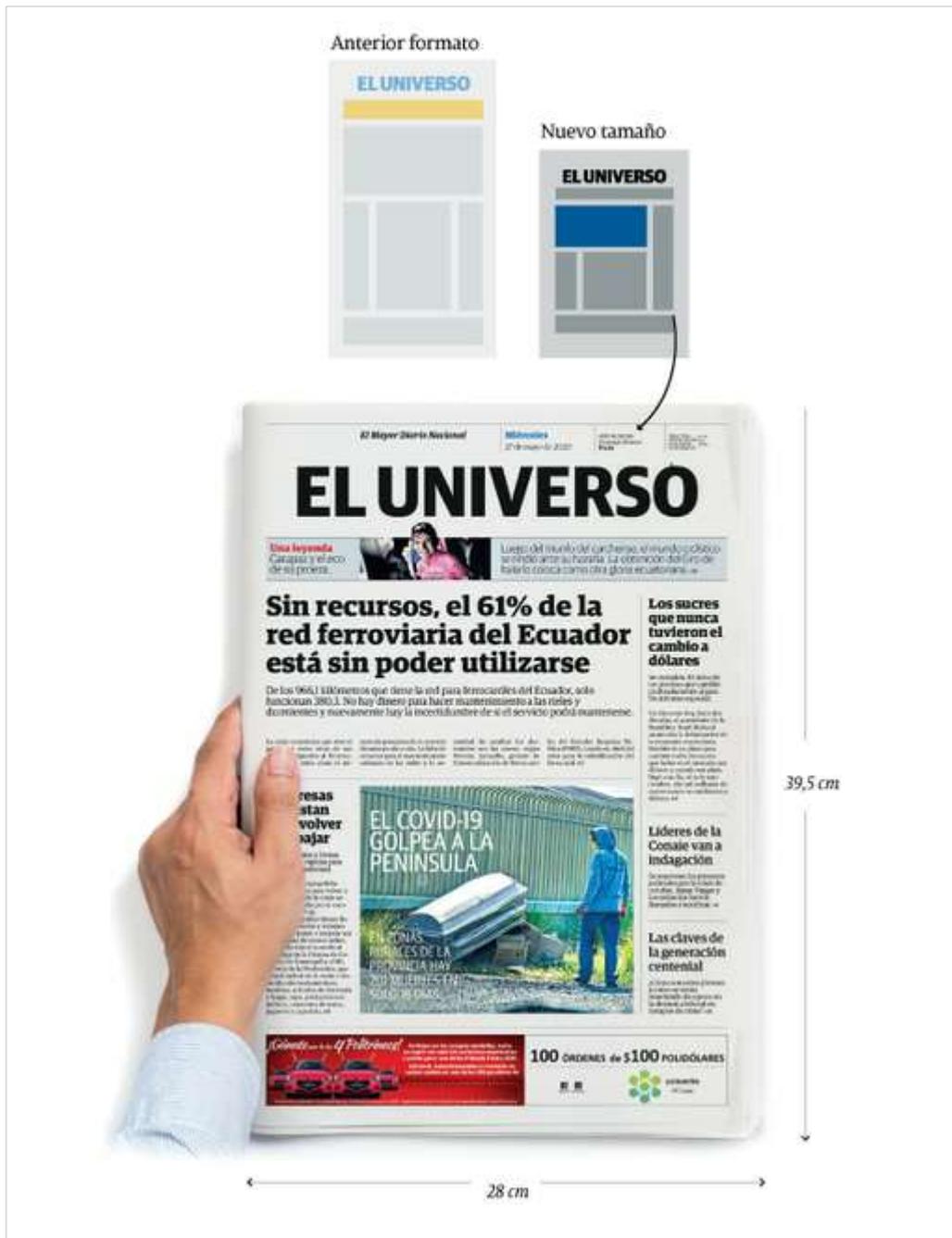
Sábado inglés

JOCKEY CLUB

INTERESNTES carreras todos los SABADOS

Ilustración 4, primer editorial de EL UNIVERSO, publicado el viernes 16 de septiembre de 1921, fue 'En la brecha'. Es decir, "luchando" por el interés nacional.

ANEXO 7



ANEXO 8: PREGUNTAS PARA ENTREVISTA Y ENCUESTA

Preguntas Para Entrevista

El Universo es un diario de gran acogida nacional en especial en la costa, el año pasado anuncio un cambio en su formato, lo que también modificó su diagramación y diseño. Sobre ese evento se planteó 5 preguntas a uno de sus trabajadores:

- 1- **Al inicio de la pandemia pensaron que iban que cambiar el formato del diario.**
- 2- **¿Cuánta acogida ha tenido la nueva presentación del diario?**
- 3- **A nivel de estructura y diseño ¿Cuáles han sido los cambios más arriesgados implementados en la nueva presentación?**
- 4- **¿Han evidenciado algún cambio en el comportamiento de los lectores debido a las innovaciones?**
- 5- **¿Consideras que la prensa escrita se ve obligada a modificar su diseño, diagramación o formato por las nuevas tendencias de diseño y consumo actual?**

preguntas para encuestas

1. **Qué edad tiene**
25-35 36-45 46-55 más de 55
2. **Con qué frecuencia compra el periódico el universo desde que inicio la emergencia sanitaria covid 19.**
Una vez a la semana dos a tres veces por semana todos los días
3. **De las siguientes opciones cuál considera usted que es lo más atractivo diario el universo versión impresa.**
su tamaño sus portadas organización de la información
4. **De las siguientes imágenes ¿Cuál de los dos diseños le gusta más?**

| | |
|---------------------|---------------------|
| Formato 2015 | Formato 2020 |
|---------------------|---------------------|
5. **Recomiendas algo nuevo para el actual formato del diario El Universo.**
Regresar al tamaño antiguo Cambiar el tipo de letras Incrementar el número de fotografías

ANEXO 9: PIETAJE DE LA ENCUESTA

La entrevista se realizó por medio de WhatsApp para cumplir las medidas sanitarias, se la ejecutó al Ingeniero Aldo Mora Coloma, Director del departamento de Marketing Digital, quien lleva trabajando 9 años en El Universo.

1. Al inicio de la pandemia pensaron que iban que cambiar el formato del diario.

R: Si ya había una parte del formato del diario que se estaba considerando hacer un reajuste un rediseño estaba dentro de los planes. Obviamente el tema de covid y la pandemia como tal Pues aceleró un poco este proceso, pero ya había un planteamiento de poder hacer un rediseño desde antes de la de la pandemia es justamente por temas internacionales, por temas de tendencia de diario de otros lugares se venía acortando un poco el formato en el diseño para ser más práctico.

2. ¿Cuánta acogida ha tenido la nueva presentación del diario?

R: No te puede decir a ciencia cierta cuál es la acogida como te digo no manejo el área sin embargo, sé que todo esto se basa en estudios un poco relacionados a formatos de diarios, en Estados Unidos y creo que en Inglaterra donde ellos ya venían con un cambio de estructura, entonces justamente va a ser un poco en esos cambios globales es que se trató de implementar esta parte tengo que entendido que igual hubo un research, una investigación un poco del usuario local para poder hacer también esas adaptaciones. En todo caso, lo que se busca el planteamiento principal era que El lector tenga algo más compacto más fácil de manipular principalmente.

3. A nivel de estructura y diseño ¿Cuáles han sido los cambios más arriesgados implementados en la nueva presentación?

R: Se redujeron algunas secciones para darle más presencia a ciertos lineamientos gráficos como mejores fotografías más espaciado en titulares que llame un poco la atención cuando estés leyendo, ¿no? Entonces creo que esos son las cosas que rompe un poco ese diseño anterior donde se trataba de exponer más el texto. En este caso se opta por un formato un poco más delineado por temas de interlineado en los textos que tengan más espaciado que permiten una mejor lectura, exponer mejores fotografías que era lo que se estaba buscando también, pues no al formato anterior que había tenía más espacio, pero se tenía más espacio para rellenar texto. Sin embargo con ese nuevo formato se busca justamente mejorar esa parte de lectura, creo que hubo unos cambios tipográficos también para destacar ciertos contenidos de otros, también para marcar un diferenciador al momento de exponer el contenido.

4. ¿Han evidenciado algún cambio en el comportamiento de los lectores debido a las innovaciones?

R: Como todo cambio genera al inicio de un malestar a veces en los usuarios en este caso a los lectores, así que, por ese lado, siempre hay un cambio o algún tipo de inconveniente, el público se va adaptando un poco a estas nuevas tendencias en este caso, esta nueva forma de presentar El Diario impreso hubo ciertos detalles a nivel de percepción.

Algunas personas mayores más que nada que estaba muy acostumbradas al hecho de Leer el periódico en el formato en que se mantuvo por mucho tiempo, así que creo que justamente estas personas se vieron un poquito no diría afectadas, Pero qué influyó mucho en ellos la

forma en cómo venían consumiendo la información, como sabes por tendencias digitales y otros temas de manera global, innovación la gente empieza, no es que no lee simplemente que tal vez un poco menos de lo que comúnmente se hacía no? Entonces en esa parte te diría que a las personas de mayor edad si sintió un afecto un poco más fuerte que a nuevas generaciones, te estoy hablando generaciones ya de 30 hasta 45 años que todavía consumen algunos periódicos, Pero qué querían ver cosas más compactas y es el público que ahorita mayoritariamente, por decirlo así, que consume el periódico.

5. ¿Consideras que la prensa escrita se ve obligada a modificar su diseño, diagramación o formato por las nuevas tendencias de diseño y consumo actual?

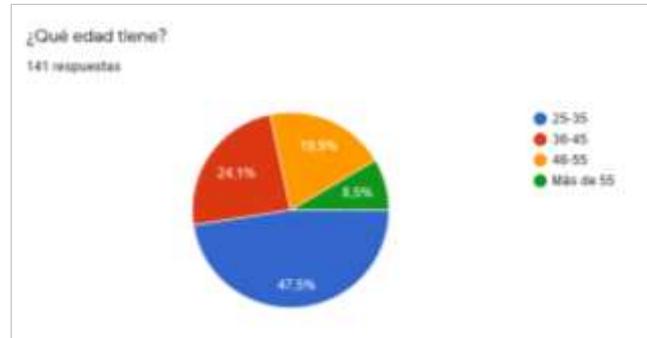
R: la prensa escrita se ve obligada en realidad a modificar muchas estructuras obviamente en este caso su principal formato o como quiera en este caso del lado del universo buscaba adaptarse a las nuevas tendencias y cómo consume hoy en día los lectores justamente influenciadas por temas y digitales donde se tiene un contenido multimedia mucho más fuerte se trata de que el impreso también cumple un rol importante. Dentro del entorno social mostrando igual las noticias relevantes mostrando análisis de periodistas de investigación como tal donde definitivamente eso es algo que se sigue rescatando a nivel de diario de manera general y que las personas han consumido justamente ese tipo de contenido.

Obviamente se trata de ir ajustando esta tendencia basado en ciertos estudios tanto a nivel global como a nivel local para poder llegar a un punto intermedio definitivamente el tema del impreso es algo que no es que va a desaparecer totalmente, simplemente se empieza a masificar la forma de consumo de las personas, comúnmente nosotros estamos acostumbrados, quizás por tema juventud consumo más desde el teléfono móvil sin embargo, todavía hay muchas personas que siguen queriendo leer a nivel de prensa sentir el papel tocar el papel y vivir esa experiencia diferente. Es como lo que ocurre a veces con los libros en donde hay personas que en realidad quieren leer algo físico en una hoja, entonces es algo muy similar, sin embargo, se trata de ir adaptándose a lo que se necesite, así que por ese lado. Se va acoplado a lo que va ocurriendo de forma global, para poder llegar a todos los usuarios posibles.

ANEXO 10: TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

1. ¿Qué edad tiene?

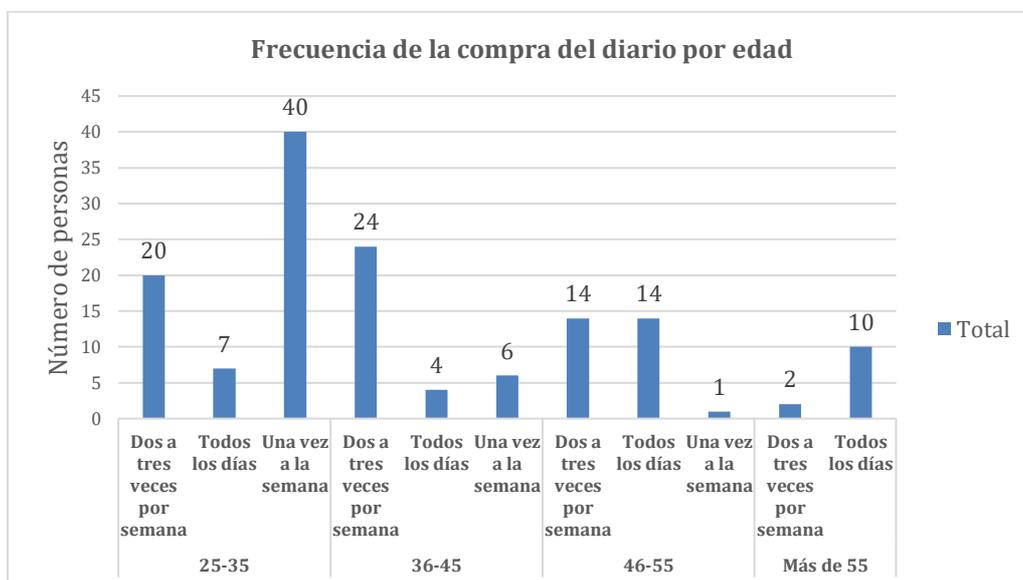
| EDADES | 25-35 | 36-45 | 46-55 | más de 55 | TOTAL |
|-------------|-------|-------|-------|-----------|-------|
| PERSONAS | 67 | 34 | 28 | 12 | 141 |
| PORCENTAJES | 47,5% | 24,1% | 19,9 | 8,5% | 100% |



2. ¿Con qué frecuencia compra el periódico el universo desde que inicio la emergencia sanitaria COVID-19?

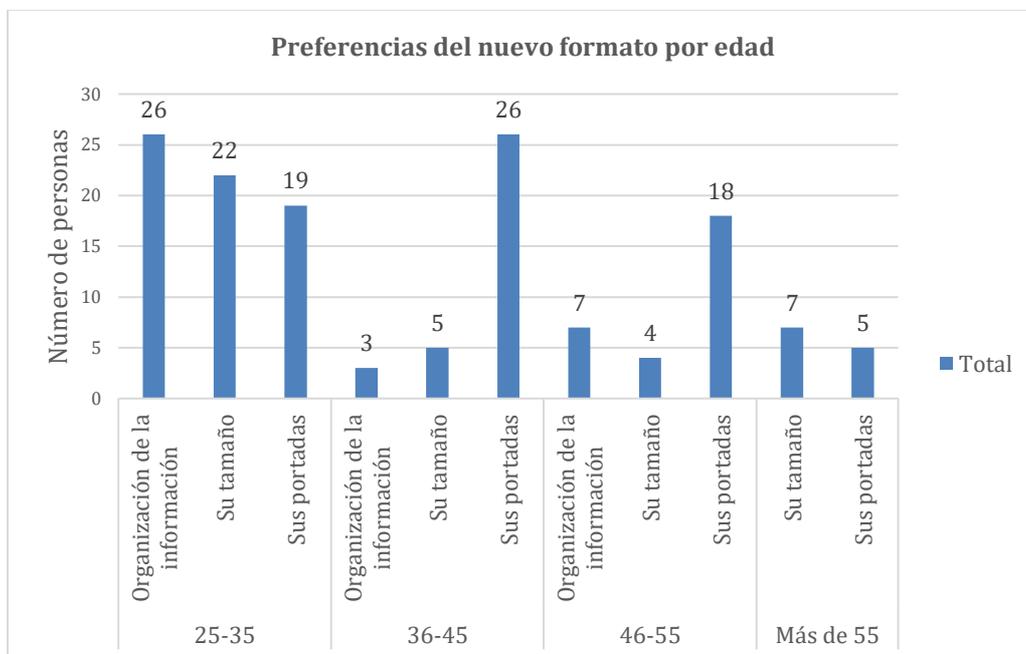
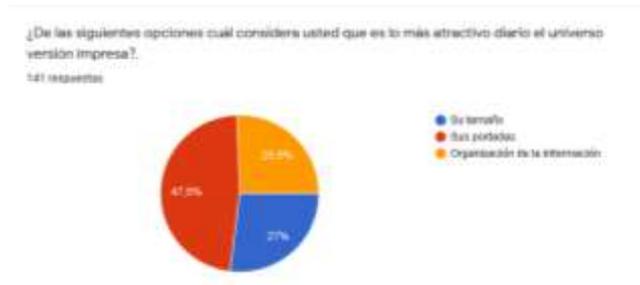
| Ocasiones | Una vez a la semana | dos a tres veces por semana | todos los días | TOTAL |
|------------|---------------------|-----------------------------|----------------|-------|
| Población | 47 | 59 | 35 | 141 |
| Porcentaje | 33,3% | 41,8% | 24,8% | 100% |

¿Con qué frecuencia compra el periódico el universo desde que inicio la emergencia sanitaria COVID 19?
141 respuestas.



3. De las siguientes opciones cuál considera usted que es lo más atractivo diario el universo versión impresa.

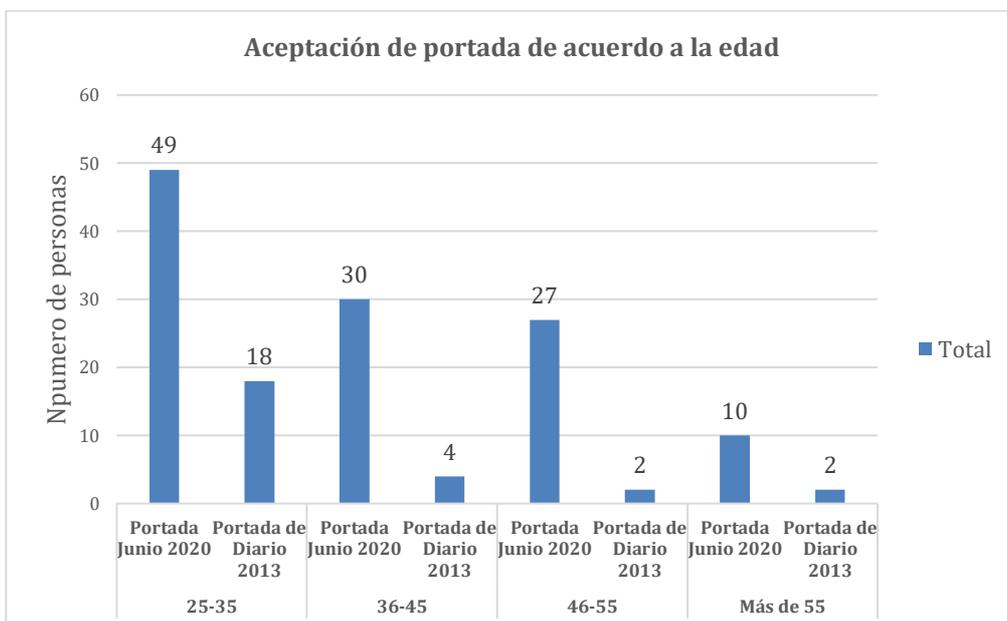
| Características | su tamaño | sus portadas | organización de la información | Total |
|-----------------|-----------|--------------|--------------------------------|-------|
| Población | 38 | 67 | 36 | 100 |
| Porcentaje | 27% | 47,5% | 25,5% | 100% |



4. De las siguientes imágenes ¿Cuál de los dos diseños le gusta más?

| <p style="text-align: center;">Formato 2013</p>  <p style="text-align: center;">Opción 1: Portada de Diario EL UNIVERSO 17 de septiembre del 2013.</p> | <p style="text-align: center;">Formato 2020</p>  <p style="text-align: center;">Opción 2: Portada de Diario El Universo - 09/06/2020.</p> | <p>Total</p> |
|--|--|---------------------|
| <p>Poblacion: 26</p> | <p>Poblacion: 115</p> | <p>141</p> |
| <p>Porcentaje: 18,4%</p> | <p>Porcentaje: 81,6%</p> | <p>100%</p> |

De las siguientes imágenes ¿Cuál de los dos diseños le gusta más?
141 respuestas



5. Recomendaciones algo nuevo para el actual formato del diario El Universo.

| Recomendación | Regresar al tamaño antiguo | Cambiar el tipo de letras | Incrementar el número de fotografías | Total |
|---------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------------------|-------|
| Población | 11 | 87 | 43 | 141 |
| Porcentaje | 7,8% | 61,7% | 30,5% | 100% |

