



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS VISUALES IMPLEMENTADAS POR EL COMERCIO
EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM A TRAVÉS DE SU PERSONAJE MICHIMERCIO

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR: COLLAGUAZO CHILIGUANO JEREMY ADRIAN

TUTOR: PROAÑO CEPEDA DIEGO RICARDO

Quito – Ecuador

2023

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Collaguazo Chiliguano Jeremy Adrián con documento de identificación N° 1751775527 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 12 de Septiembre 2023

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jeremy Collaguazo', written over a light blue oval stamp.

Collaguazo Jeremy

1751775527

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Collaguazo Chiliguano Jeremy Adrian con documento de identificación No. 1751775527 expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: Análisis de las narrativas visuales implementadas por El Comercio en la red social Instagram a través de su personaje Michimerccio, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 12 de Septiembre de 2023

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Jeremy Adrian Collaguazo Chiliguano', written over a light blue oval stamp.

Collaguazo Chiliguano Jeremy Adrián

1751775527

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, PROAÑO CEPEDA DIEGO RICARDO con documento de identificación N° 1719832360, docente de la Universidad, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: Análisis de las narrativas visuales implementadas por El Comercio en la red social Instagram a través de su personaje Michimerccio, realizado por COLLAGUAZO CHILIGUANO JEREMY ADRIÁN con documento de identificación N° 1751775527, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 12 de Septiembre de 2023

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Diego Proaño', with a stylized flourish underneath.

PROAÑO CEPEDA DIEGO RICARDO

1719832360

DEDICATORIA

Desde un corazón lleno de agradecimiento a mi familia, comienzo un camino lleno de muchas dificultades por enfrentarme a la vida profesional, pero termino una de las etapas que me forjo a madurar como ser humano para realizar de manera ética este artículo académico, es necesario ayudar a mis padres y agradecerles por el apoyo para iluminar esta maravillosa mentalidad y sacar adelante el proyecto que sin duda alguna a costado un sacrificio enorme para llegar a la cima del éxito y dar por culminado esta etapa tan bonita de la vida universitaria. Sé que mi madre, padre, abuelitos y especialmente mi hermano que no lo tengo a mi lado pero me llena de alegría saber que estaría orgulloso de todo lo que he logrado en compañía de todos mis amigos y las personas especiales que estuvieron el camino dándome siempre un aliento para continuar, son el reflejo de apoyo innato a la voluntad del profesionalismo y cariño para no rendirme nunca en todas las circunstancias de la vida, este artículo dentro de este último semestre está lleno de profesionalismo, transparencia y sobre todo amor en la última etapa de su realización.

AGRADECIMIENTO

El saber es parte del conocimiento que nutre las enseñanzas de un maestro, en primera instancia el agradecimiento a mi tutor de tesis, Diego Proaño por todos los aportes de contenido para que la redacción del artículo académico se logre exponer de manera legible ante la sociedad que tenga la oportunidad de leer el presente trabajo, seguido de ello al primer titulado de diseño gráfico en el Ecuador, Hernán Murillo que con todo el conocimiento que pudo compartir se logró cumplir con el objetivo y resultados del contenido del trabajo.

A cada una de las personas que de alguna u otra forma manifestó alguna idea para desarrollar la recolección de datos y obtener los resultados esperados para mantener una excelente orientación en cuanto corresponde a la línea de narrativas visuales.

No cabe duda que sin la ayuda de todos los docentes profesionales de la Universidad Politécnica Salesiana en el área de Comunicación han sido pilar fundamental para tener los conocimientos necesarios y fundamentales en virtud de contemplar el trabajo final de titulación y de esta manera poder reflejar todo lo aprendido durante 8 semestres llenos de sabiduría y sapiencia en todo momento.

ÍNDICE

ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	1
METODOLOGÍA	9
MATRIZ N° 1: MATRIZ ANÁLISIS DE CONTENIDO NARRATIVAS	12
MATRIZ N° 2: MATRIZ PARA LA SELECCIÓN DE NARRATIVAS PARA EL ANÁLISIS CORRESPONDIENTE	12
RESULTADOS	13
MATRIZ N° 3: MATRIZ PARA LA SELECCIÓN DE NARRATIVAS PARA EL ANÁLISIS CORRESPONDIENTE	22
MATRIZ 3: MICHIMERCIO REPORTANDO DESDE CUENCA.....	23
CONCLUSIONES	24
ANEXOS	27
ANEXO 1: REPORTE DEL CLIMA	27
ANEXO 2: REPORTE DEL CLIMA CON #MICHIMERCIO	28
ANEXO 3: LA ACCIDENTADA ENTREVISTA ENTRE MICHIMERCIO Y VINICIUS JR ...	29
ANEXO 4: MICHIMERCIO TE PREGUNTA	30
ANEXO 5: ¡LA TERCERA ENTREGA DE LOS CROMOS DE MICHIMERCIO Y SUS AMIGOS ESTÁN AQUÍ!.....	31
ANEXO 6: ¡LA TERCERA ENTREGA DE LOS CROMOS DE MICHIMERCIO Y SUS AMIGOS ESTÁN AQUÍ!.....	32
ANEXO 7: LIBÉRATE DE TU ACTUAL PROVEEDOR DE INTERNET, ASÍ COMO MICHIMERCIO.....	33
BIBLIOGRAFIA	34

RESUMEN

El análisis de narrativas implementadas por el medio de Comunicación El Comercio Ecuador se determina por la calidad creativa que el equipo de comunicación genera a través de la personificación de una mascota denominada Michimercio para transmitir un mensaje cuya finalidad radica en tener un propósito simbólico que cause impacto en los seguidores de la red social donde se encuentra el perfil del medio, el entorno digital en mención es Instagram ecosistema que permite captar la atención de usuarios causando que la percepción de los seguidores sea familiarizarse para interactuar con el personaje virtual y a partir de ello cumplir con una de las estrategias que es generar actividades de mercadeo mediante la difusión de hechos noticiosos con la ayuda del humor gráfico. Para obtener estos resultados ha sido necesario hacer uso del paradigma interpretativo que tiene la finalidad de observar las situaciones que acontecen en diferentes escenarios para determinar conclusiones con base a la data desarrollada, obteniendo así la guía de la investigación tipo descriptiva en complemento con la teoría de la imagen para entender la participación que el Michimercio cumple en la red social Instagram del medio a partir de la construcción de narrativas visuales.

La ayuda de un enfoque mixto donde se refleja lo cuantitativo y cualitativo para conocer la realidad que vive la audiencia dentro de la realidad social tiene como finalidad la elaboración de matrices de análisis de contenido a partir de una serie de parámetros que guían al complemento de una composición visual con cada uno de sus principios, con base al análisis de contenido en cada una de las publicaciones difundidas en la red, sin dejar de lado la entrevista a profundidad realizada al primer titulado en Diseño Gráfico del Ecuador para complementar los resultados y comprender el propósito del Michimercio que se detalla por la humanización del mismo para transmitir mensajes de situaciones coyunturales del país.

PALABRAS CLAVES: Narrativas visuales, Michimercio, humor gráfico, Instagram, ilustraciones

ABSTRACT

The analysis of narratives implemented by the means of communication El Comercio Ecuador is determined by the creative quality that the communication team generates through the personification of a pet named Michimerccio to transmit a message in order to have a symbolic proposal that causes impact in the followers of the social network where the media profile is located, the digital environment in mention is Instagram ecosystem that allows to capture the reader's attention causing that the followers' perception will be familiar in order to interact with the virtual personage and from this comply with one of the strategies that is to generate marketing activities through the dissemination of news events with the help of graphic humor; in order to get these results have been necessary to use the interpretative paradigm which has the purpose of looking for situations that occur in different scenes to determine conclusions based on the data developed, thus getting the guide of the descriptive type of research in addition to the theory of the image to understand the participation that the Michimerccio fulfills in the Instagram social network of the medium from the construction of visual narratives.

The help of a mixed approach where the quantitative and qualitative is reflected to know the reality that the audience lives within the social relationship;

its purpose is the elaboration of pattern content analysis based on a series of parameters that guide the complement of a visual composition with each of its principles; Which has the purpose of elaboration of patterns of analysis of content from a series of parameters which guide the complement of a visual composition one of the principles, with the base of analysis of contents in each of the publications disseminated on the network, without neglecting the depth interview conducted with the first graduated in Graphic Design in Ecuador to complement the results and understand the purpose of Michimerccio that is detailed by its humanization to transmit messages of current situations in the country catching the attention of the audience.

Key words: Visual Narratives, Michimerccio, graphic humor, Instagram illustrations, social network

INTRODUCCIÓN

Los medios tradicionales han adoptado narrativas visuales, audiovisuales e hipermediales para informar con base a un personaje en virtud de generar contenido, en vista de ello las narrativas tienen el sentido de “pertinencia en múltiples escenarios de la vida cotidiana. En especial, al uso de análisis, técnicas y recursos que afectan a la imagen, en su capacidad de transmitir información del entorno creativo y a su eficacia en tal propósito” (Daza, Santa Cruz, & Meo, 2018, pág. 14).

Existen indagaciones que presentan la idea de construir una estrategia de comunicación con las narrativas ilustradas para dar a conocer servicios o productos de una marca en específico. Hay textos académicos que se centran en la sátira y el humor, no obstante, al hablar de narrativas y estrategias adoptadas por un medio para causar revuelo y ser tendencia en redes sociales hace un llamado a engancharse con su contenido. Fanny Rodas (2017) asume que “una parte de informar se puede dirigir por la expresión humana, de esta manera hace alusión al informar con humor como una representación exagerada de la realidad donde el receptor pueda acoger una idea clara de lo que quiere transmitir el emisor” (pág. 17).

Para todo ello, es necesario comprender el crecimiento que el medio de comunicación ha tenido con el transcurso del tiempo desde la creación del perfil, es de esta manera que El Comercio en la actualidad cuenta con 1,2 millones de seguidores en su cuenta, los mismos han interactuado con cada uno de los espectadores durante tres años, a partir de marzo de 2021, el personaje fue creado en virtud de adaptar la información para el entendimiento de los jóvenes que son las personas que manejan en gran medida el entorno digital.

El personaje Michimericio en su primer apareamiento nace a finales del 2021 como una propuesta visual de un personaje animado en primera instancia, seguido de ello con el transcurso de los meses se escoge un personaje adaptado a la realidad, el personaje fue escogido por medio de una votación en el sitio web y redes sociales del medio de comunicación “EL COMERCIO”. La votación tuvo como parámetros exponer una serie de animales domésticos, en este caso el gato para que los usuarios seleccionen el personaje que se apegue a su contexto de realidad o gustos que mantiene cada espectador, no obstante, el Michimericio fue difundido por primera vez el 21 de mayo de 2022 en Instagram

Michimericio no solamente se apega al humor gráfico sino busca informar en base al contexto coyuntural que se encuentre atravesando el país dentro de los ámbitos políticos, económicos, sociales, deportivos, salud, entre otros aspectos fundamentales para el desarrollo del medio de comunicación dentro de la red social Instagram.

El medio de comunicación usualmente emplea el humor dentro de sus publicaciones para informar de forma entretenida, dado así en el Ecuador los medios de comunicación convencionales que se adaptaron a las redes sociales realizan su trabajo en ambos entornos tanto digitales como en tradicionales, estos ecosistemas digitales se fortificaron aún más a raíz de la pandemia producto de la COVID 19 en el año 2020. Julio Bravo y Fermín Galindo (2022) prevén que “el uso de humor gráfico parte desde que surge la pandemia para generar conciencia social ante las circunstancias que el mundo estaba atravesando y acoger su nueva realidad a las redes digitales para informar en virtud de crear nuevas narrativas para vender servicios o productos de diferentes marcas pautantes con el medio de comunicación.”

La idea central de El Comercio es generar interacción por sus productos comunicacionales, para ello se ha construido una estrategia en base a un personaje virtual para mantener un vínculo con cada una de las personas que conforman su audiencia mediante el uso de las redes sociales y el equipo de comunicación que es el encargado de generar el contenido con un tinte humorístico, adoptando nuevas ideas a Instagram donde su funcionamiento gira en torno al contenido que cada persona crea, las experiencias o información difundida en la red otorga sentido de pertenencia al momento de compartir con otros usuarios, es de esta forma que el funcionamiento de la red social radica en ofrecer varias alternativas como menciones, etiquetas, guías, reels y feeds que el internauta genera. “Esta red social con más de 2.000 millones de usuarios activos sirve para compartir imágenes y vídeos, aplicando filtros y consiguiendo de esta manera que una foto hecha con el móvil se convierta en una imagen profesional.” (Lavagna, 2022).

Las redes sociales juegan un papel importante dentro del mundo de la convergencia, estas plataformas son las encargadas de difundir cualquier tipo de información de forma inmediata, toda esta información debe respetar las políticas establecidas.

En la actualidad los medios de comunicación convencionales han adoptado por integrar su contenido a dichas plataformas a más de usar recursos tecnológicos tradicionales. Ahora ya no se habla de medios de comunicación sino de difusión, de tal manera que no se maneja un esquema tradicional sino más bien que contiene interactividad, innovación y dinámica donde la audiencia también pueda participar activamente y en tiempo real.

Al momento de difundir información los espacios virtuales se expanden para destacar mayor conocimiento de mecanismos, en conjunto con el apoyo de la tecnología para la interacción entre grupos de personas. Este proceso de interactividad, netamente se encuentra llamado a comprender las expectativas que tienen las personas para llegar a un punto donde la información o más bien la necesidad de informarse sea la clave para que los usuarios ingresen a sus redes sociales y puedan visibilizar cualquier tipo de contenido de los medios.

Para Harold Hutt (2012), “Las redes sociales son lugares en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información” (pág. 123). Las redes sociales se destacan por recopilar gran variedad de información de millones de personas en todo el mundo, por medio de un algoritmo de gustos e intereses y sobre todo que es lo que necesitan ver o hacia donde se encuentra dirigido el contenido que su dispositivo refleja en su pantalla, la difusión de contenido por los medios es de conveniencia, es así que los medios necesitan que las personas o empresas plasmen su contenido para hacer de cada una de las plataformas digitales un espacio de información de diversas temáticas, por lo que el proceso de interactividad, economía, comentarios, emociones se puede plasmar en un conjunto de acciones pre meditadas.

Los datos recopilados, son de gran ayuda para obtener información que hacen alusión al análisis de narrativas que manejan un mensaje en virtud de sostener el interés en su audiencia, la mayoría de indagaciones expresan los parámetros básicos que debe tener un post, es de esta manera que va acorde a una línea grafica construido por el equipo de comunicación comprendidos en gamas de color, tipografía, fotografía y elementos gráficos que cumplan un objetivo que el medio se haya planteado a corto o largo plazo.

Al momento de transmitir ideas, la propuesta gráfica busca centrarse en ser concisos, claros y precisos para que pueda existir una complementariedad entre elementos gráficos; el mensaje que lleva consigo cada narrativa puede ser entendible para captar la atención del lector.

La representación gráfica se ha convertido en un elemento habitual en los medios de comunicación, tanto científicos como divulgativos, además de la prensa o la televisión. Su presencia se considera un potente mecanismo de transmisión de información. Algunos tópicos han pasado a adquirir rango de axioma: un gráfico se explica por sí sólo, una imagen vale más que mil palabras, el espectador comprende mejor y más rápido ante un gráfico. (González, 2015)

La composición visual gira en torno a los gráficos, dado que los mismos buscan ayudar a una mejor comprensión lectora con base al mensaje principal que se pretende transmitir, cabe mencionar que la necesidad de componer una narrativa se encuentra en el grafismo que como el autor menciona se conoce como un diseño articulado dentro de una disposición estética entre el texto e imagen, existe una combinación entre elementos visuales para llegar a una serie de conceptos que tienen como resultado final la comprensión del mensaje.

No cabe duda que la composición visual parte de la idea de comunicar por medio de la emisión de un mensaje, las estructuras sociales acogen el mismo, según corresponda en la autonomía de la educación para adaptarlo al contexto de la realidad que vive cada usuario al momento de interactuar con diferente tipo de contenido expuesto por parte de los medios de comunicación para ello las ilustraciones vienen ligadas a conceptos y teorías validadas por investigadores como es la transmedia, Cross media o las narrativas transmediáticas que se manejan hoy en día.

Carlos Scolari (2012) en uno de sus artículos “Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación” expone una idea clara de las narrativas, pues las define como una expansión enorme de un relato, debido que se incorporan varios elementos comunicativos con base a la creación de nuevos personajes o situaciones, los mismos pueden ser ficticios o reales; al mismo tiempo deben transmitir un mensaje para incitar a la interacción, de esta forma cada uno de los usuarios que se han apegado al medio puedan participar en la expansión de un mundo de narrativas, a partir de la creación de contenidos nuevos que se comparten en la red y se encuentran expuestas al dominio de cualquier tipo de persona.

Los autores mencionan a la narrativa Cross media, siendo esta la que toma el hilo de contar una historia a través de la difusión de contenidos en las redes sociales e inclusive el uso de nuevas plataformas, sin embargo, se relacionan con intereses semejantes con propietarios del medio. Se debe diferenciar la crossmedia de la transmedia, se conoce que la crossmedia no tiene un sentido completo fuera del relato general que se quiere transmitir, en el caso de la transmedia se maneja con un sentido claro y el objetivo a dónde quiere llegar, estos formatos según los autores son implementados por cada uno de los medios de comunicación, son ellos los encargados de saber lo que quieren establecer en cada uno de sus relatos ilustrados por medio de significados a comprender al momento de leer una noticia.

Otro aspecto para analizar de forma necesaria es lo que sucede en Argentina, Chile y Colombia como lo precede el artículo de (Robledo, Atarama & Palomino, 2016) los autores de las investigaciones proponen la aparición de una gran variedad de medios dentro del ecosistema mediático, los mismos han venido acompañados de nuevos modelos de comunicación por la difusión de contenidos que se han empleado con el transcurso de los años, la información acoplada a una narrativa por el contexto nacional.

Dentro de los ecosistemas comunicacionales se plantean diferentes entornos donde se produce el desarrollo de flujos comunicacionales para que toda la información cumpla el proceso de codificar un mensaje, tal es el caso que las narrativas visuales cumplen el papel fundamental de transmitir un contenido por medio de un conjunto de símbolos y signos, esto hace alusión al texto e imagen que capta la atención de los espectadores a partir de las narrativas implementadas.

La iniciativa de analizar las narrativas visuales de la línea gráfica adoptada para el Michimericio es fundamental para identificar estrategias comunicacionales a partir de su creación. Es esencial comprender la importancia de conocer el contexto que El Comercio quiere construir, otorgándole un sentido a cada narrativa en busca de la creación de un escenario que se apegue a la coyuntura nacional para vender una idea con base a la publicidad informativa con la intencionalidad de recomendar marcas específicamente difundidas en Instagram.

El enfoque central es conocer las estrategias adoptadas por el medio de comunicación para emitir un mensaje por medio de un personaje con un tono humorístico, no cabe duda de que este concepto es conocido dentro de las plataformas sociales, debido que el 100% de la funcionalidad de relación entre audiencia y medios se debe a la acogida que contiene cada publicación y se refleja en la

cantidad de reacciones como me gusta, shares y comentarios de cada persona que hace parte de la audiencia al interactuar con dichas publicaciones.

El análisis de narrativas visuales tiene como punto de partida el estudio de las estrategias adoptadas por parte del medio de comunicación El Comercio en Ecuador para incrementar la interacción con su audiencia, al informar por medio de un personaje creado para compartir un mensaje. Según (Pinto & Rios, 2019) se cree que el uso de las narrativas es implementado para gestionar el conocimiento, sin dejar de lado ideas innovadoras para exponerlas en el mundo de la mediación con la finalidad de posicionar un producto con diferentes enfoques ya sea político, económico o social para exponer cualquier tipo de idea con la ayuda de las redes sociales ante sus espectadores. (pág. 35)

El desarrollo de las narrativas visuales con el transcurso del tiempo se ha ido adaptando a las nuevas tecnologías que cumplen la necesidad de plasmar una realidad en una composición gráfica para ser expuesta ante la sociedad con diferentes fines, en este caso la intencionalidad del medio de comunicación “El Comercio” es informar por medio de gráficos.

La interactividad con relación a los perfiles de los medios de comunicación en las redes sociales debe tener vínculos en cualquier escenario dentro del ecosistema web, mismo que debe incitar a generar una reacción frente al contenido difundido.

Existe un sin número de definiciones, no obstante, la que más se apega hace relación a la “interactividad como la capacidad de que el receptor controle un mensaje no- lineal” (Bedoya, 1997). El mensaje no siempre cumple el objetivo de captar la atención del receptor, esto sucede cuando se trata de un contenido que no persuade la atención, sin embargo, la interactividad se ejecuta cuando existe relación entre contenido y espectadores.

Se puede deducir que la interactividad permite generar un proceso de comunicación entre el perfil y su audiencia con la ayuda de likes, comentarios, etiquetas y shares de cada ilustración que el medio publique, sin dejar de lado el plan comunicativo propuesto previo a la publicación de la noticia con cualquier tipo de personaje, el contenido debe ser planificado acorde una serie de pasos que permitirá medir los recursos del medio en las plataformas digitales.

Las personas desde sus perspectivas solo se quedan con la primera impresión en cuanto corresponde al conocimiento adquirido, sin darse cuenta de que la comunicación tiene el único

objetivo de brindar experiencias y un cúmulo de emociones con solamente captar momentos para exponerlos en las redes sociales o recursos tecnológicos tradicionales de los medios de comunicación, cualquier tipo de producto que se vea inmerso dentro del ámbito político, económico, social, cultural, tecnológico, es de gran ayuda para comprender de mejor manera el mundo en el que nos encontramos, con la finalidad de conocer el contexto y realidad social que se vive a diario.

La importancia de crear productos comunicacionales parte de ilustrar a través de multimedios que son combinados en una composición formando una pieza visual.

Dentro de las narrativas es de suma importancia la primera impresión que causa una gráfica para ser la encargada de canalizar un mensaje a la audiencia del medio de comunicación, para ello varios componentes como el color en cuanto corresponde a lo cromática es fundamental, en virtud de llamar la atención por sus tonalidades generadas a partir de una línea gráfica por expertos en el área de comunicación, social media y editorial; todos estos elementos estarán reforzando al texto de una noticia.

José Van Dick una de las investigadoras de los nuevos medios cree que el cambio es fundamental de los medios tradicionales a las redes de difusión, siempre y cuando no se altere el objetivo que contrae la comunicación tanto pública como privada, se cree que no se debe caer en la incrustación de la economía de los grandes públicos, sino más bien acoger a todos porque todos merecen contener información.

La credibilidad, satisfacción y permanencia de las audiencias dependerá de la creación asertiva de piezas gráficas y la forma de manejar el perfil como empresa frente a sus seguidores.

Para (Boragina, et al, 2021) , los medios de comunicación tradicionales al momento de migrar a las redes sociales como medios de difusión deben “hacerse entender y generar un vínculo con sus públicos” a partir de ello se crea una narrativa donde se pueda construir un sentido específico para emitir un mensaje, es así que los medios se adaptan a los públicos mas no los públicos a los medios, por la sencilla razón que las audiencias pueden decidir si prestar atención al contenido publicado o navegar observando otro tipo de información, es por ello que para adquirir un vínculo permanente debe haber una adecuada construcción de las narrativas, en este caso audiovisuales, esto llega a ocurrir si existe un apropiado estudio del grupo objetivo.

De esta forma, la pregunta de investigación para guiar el presente trabajo académico citado de la siguiente forma: ¿Cuál es la percepción que busca El Comercio en sus seguidores de Instagram mediante la construcción de narrativas visuales a través del Michimerccio?; tomando como aspecto esencial el objetivo general que parte de analizar las narrativas visuales implementadas en la red social Instagram de El Comercio a través del personaje Michimerccio con base a las estrategias comunicacionales.

No cabe duda que para articular este objetivo es necesario mencionar los específicos que parten de un complemento para sustentar la información de la investigación e identificar las estrategias comunicacionales adoptadas por El Comercio a través del Michimerccio para conocer el sentido que el medio quiere crear, al igual de comprender la construcción de narrativas por medio del personaje Michimerccio en la red social de Instagram para interpretar su contenido y por último es necesario analizar las narrativas utilizadas por El Comercio para conocer el discurso visual que maneja en la interacción entre texto e imagen.

METODOLOGÍA

Para comprender el mensaje visual que una narrativa quiere transmitir a las audiencias, se debe observar el contenido de cada una de las publicaciones que maneja El Comercio, de esta manera se tomó como herramienta el paradigma interpretativo; es necesario manejar el mismo porque mantiene como punto central captar la atención del lector para conocer lo que la audiencia percibe, por consiguiente, los medios producen varios estímulos que pueden surgir por la construcción de narrativas.

Sabiendo que un paradigma es un modelo de interpretación de la realidad, es necesario complementarlo con una teoría que sustente la importancia de conocer el objetivo del medio, en este caso las narrativas visuales creadas por un medio de comunicación, a partir de ello, la Teoría de la imagen, se entiende por ser la “Noción misma de una teoría de las imágenes sugiere un intento de controlar el campo de representaciones visuales con un discurso verbal.” (Mitchel, 2009, pág. 18), de esta forma el Michimericio se ha implementado para interactuar con la gente, sin embargo, está delimitado en la temporalidad, debido que los administradores del perfil son quienes deciden cuando informar con el Michimericio.

El Michimericio se expone por medio de narrativas para crear un contexto e interactuar con cada uno de sus espectadores, es necesario manejar una investigación descriptiva por lo que se enlaza con el hilo conductor de teoría de la imagen por “describir fenómenos, se sitúa en el primer nivel de conocimiento, usa la observación, estudios correlacionales y de desarrollo” (Barrantes Echavarría, 1999, pág. 64). A pesar de todo ello la construcción de narrativas se realizó por medio del análisis de contenidos para comprender de mejor forma los intereses que la misma tiene para emitir mensajes por medio de un personaje virtual.

Es de esta forma que la información surge dentro de nuevos ecosistemas comunicativos, el objetivo final es identificar aquellas relaciones que deben mantener entre un sin número de estrategias por definir dentro de un medio de comunicación al implementar un personaje para informar en este caso el “Michimericio”. Al momento de definir todos los parámetros expuestos, lo más importante para el fruto de la investigación son las técnicas de recolección de datos que en este caso responde a probabilísticas, dado de esta manera el análisis de contenido, se implementó

para auditar el contenido de la comunicación que un medio expone por parte de las estrategias de creación de un personaje.

El análisis de contenido permitió medir la claridad del mensaje en virtud de reflejar estrategias comunicacionales, análisis de narrativas en conjunto con la construcción de ilustraciones, para ello, se establecieron parámetros para detallar dentro de las matrices en relación a la identidad visual, cromática, tipografía y los elementos gráficos que reflejan las narrativas. Además de ello, para contrastar la información de las ilustraciones, es necesario conocer si genera atracción en sus seguidores, reflejado por medio de una matriz donde se considere el lead, hashtags, comentarios, likes, shares y el nombre de la publicación, además de una matriz para escoger las narrativas que más impacto han tenido según el patrón de publicaciones que maneja el medio de comunicación para la muestra de resultados.

De esta forma se puede contrastar lo que se hace visualmente en conjunto con lo que el espectador reacciona ante las propuestas gráficas que el medio maneja para interpretar si la narrativa creada funciona o cumple con el objetivo para el cual fue difundida, además es necesario tomar en cuenta las publicaciones que se acogerán para el análisis cuya periodicidad es evaluar durante un mes las publicaciones del Michimericio, debido que el medio de comunicación registra una amplitud de tiempo de 4 posts al mes desde mayo de 2021, a su vez como consecuente se refleja que este patrón se va repetir en los siguientes meses y se adopta las publicaciones de Mayo de 2021.

Sin dejar de lado cada una de las matrices de análisis de contenidos, la entrevista a profundidad que se realizó a Hernan Murillo, un profesional en el diseño gráfico uno de los primeros titulados en el Ecuador y registrados dentro del sistema del Registro Civil de dicha profesión en la especialidad de narrativas informativas en virtud que las entrevistas a profundidad son consideradas como “Dirigidos hacia la comprensión de perspectivas que tienen informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones como lo expresen según sus propias palabras” (Barrantes Echavarría, 1999, pág. 208). Es así como las situaciones que plantean las personas que crean narrativas puedan exponer sus puntos de vista al momento de plantear algún tipo de gráfica para publicaciones.

Para la presente investigación, se ha tomado como canalización de indagación un enfoque mixto, el mismo es de gran ayuda e indispensable para definir la muestra que se detallará en virtud de ser desarrollada como una investigación probabilística para implementar técnicas en la recolección de

datos, siendo de esta forma que se puede observar las estadísticas en conjunto con los comentarios emitidos en las publicaciones de la cuenta de Instagram de El Comercio y visualizar el impacto generado frente a la audiencia, de igual modo la recopilación de entrevistas según la experiencia de profesionales que elaboran narrativas con base a maquetas, línea grafica o cualquier parámetro establecido por un medio.

La matriz número dos refleja los parámetros para la selección adecuada de las narrativas según el análisis correspondiente, las ilustraciones serán tomadas en cuenta de la red social Instagram del medio de comunicación el Diario El Comercio según el post con más reacciones positivas, post con menos reacciones en conjunto con la fecha, descripción y el número de reacciones o el apartado elegido para analizar cada una de las ideas que ha reflejado el medio de comunicación con el transcurso del tiempo, esta matriz va de la mano con la matriz uno que tiene el objetivo de analizar cada ítem de la estructura de la narrativa y publicación para exponer a cada uno de los espectadores que hacen del perfil de Instagram una comunidad dentro de un ecosistema mediático.

La temática por relación al paradigma mantiene el método cualitativo y cuantitativo por lo cual, es de gran ayuda tomar en cuenta las variaciones que pueden llegar a existir, sin dejar de lado que asume una realidad de una sociedad objetiva, es decir se puede acoger la opinión de la audiencia del medio de comunicación para conocer la realidad que ellos viven al visualizar al personaje y la narrativa que han implementado en la red social.

La plataforma de análisis es la red social Instagram, dado que dentro de la misma el medio de comunicación El Comercio mantiene su perfil donde se expone el rol que cumple el Michimercio al momento de informar a cada uno de los espectadores del medio.

MATRIZ N° 1: MATRIZ ANÁLISIS DE CONTENIDO NARRATIVAS

Título de narrativa:	
Parámetros	Detalle
Lead o Copy	
Identidad visual (Personaje)	
Cromática	
Tipografía	
Elementos gráficos	
Hashtags	
Comentarios	
Likes	
Shares	

MATRIZ N° 2: MATRIZ PARA LA SELECCIÓN DE NARRATIVAS PARA EL ANÁLISIS CORRESPONDIENTE.

Cuentas Seleccionada (INSTAGRAM)	Número de posts	Post con más reacciones positivas (ME GUSTAS)			Post con menos reacciones		
		Fecha	Descripción	Numero de reacciones	Fecha	Descripción	Número de reacciones
EL COMERCIO	4						

RESULTADOS

En la era digital, los medios de comunicación han encontrado en las redes sociales una plataforma idónea para difundir información y establecer conexiones con su audiencia. Instagram, una de las plataformas más populares actualmente, ha cambiado la forma de consumir el contenido para ampliar el espectro en los medios de comunicación tradicional. La narrativa se construye a través de elementos gráficos, hasta con la ayuda de imágenes vectorizadas según corresponda su contexto para armar un escenario que se relacione con la noticia o dato informativo, esto permite generar empatía con las audiencias dando un sentido al contenido que se va a exponer.

El perfil de El Comercio en Instagram busca mantener a sus seguidores informados sobre los acontecimientos más relevantes a nivel nacional e internacional en tiempo real. Utiliza un enfoque imparcial y objetivo en la presentación de las noticias, con la intencionalidad netamente de proporcionar una visión equilibrada de los hechos por medio de narrativas creadas para generar un impacto en los internautas. Michimericio es usado en situaciones coyunturales con un lenguaje coloquial; de esta forma el diseño y estética del perfil se presenta de una manera minimalista y corporativo. Utiliza una combinación de colores sobrios, como azul claro y blanco, para transmitir confianza y veracidad al momento de informar, los colores son de gran utilidad en vista que “La sensación de iluminación es lo primero que percibimos y es la base del fenómeno que implica la visión” (Coll, 2020. pág. 7). En cuanto corresponde a la teoría del color es necesario que el círculo cromático capte la atención de la percepción humana para cautivar con las narrativas expuestas.

La identidad visual del medio se muestra como la imagen de perfil, claramente visible y reconocible con las letras en mayúscula “EC”. La biografía del perfil proporciona una breve descripción de su enfoque como medio de comunicación con enlaces que se dirigen a la página web del medio, además de su ubicación geográfica para mayor conocimiento de los servicios que brinda.

Figura 1: Identidad Visual del Diario El Comercio



Identificador visual del medio de comunicación Diario El Comercio obtenido de la red social de Instagram.

Fuente: Diario El Comercio, (s.f). *Perfil de Instagram* [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/elcomercio.com/>

Figura 2: Perfil de Instagram del Diario El Comercio



Fuente: Diario El Comercio, (s.f). *Perfil de Instagram* [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/elcomercio.com/>

Dentro del formato de cada una de las publicaciones se utilizan principalmente imágenes que muestran una narrativa donde se refleja el personaje Michimercio, el perfil mantiene un patrón de 4 publicaciones en el mes, se puede recalcar que se expone al personaje una vez por semana.

Figura 3: Publicaciones del Michimercio

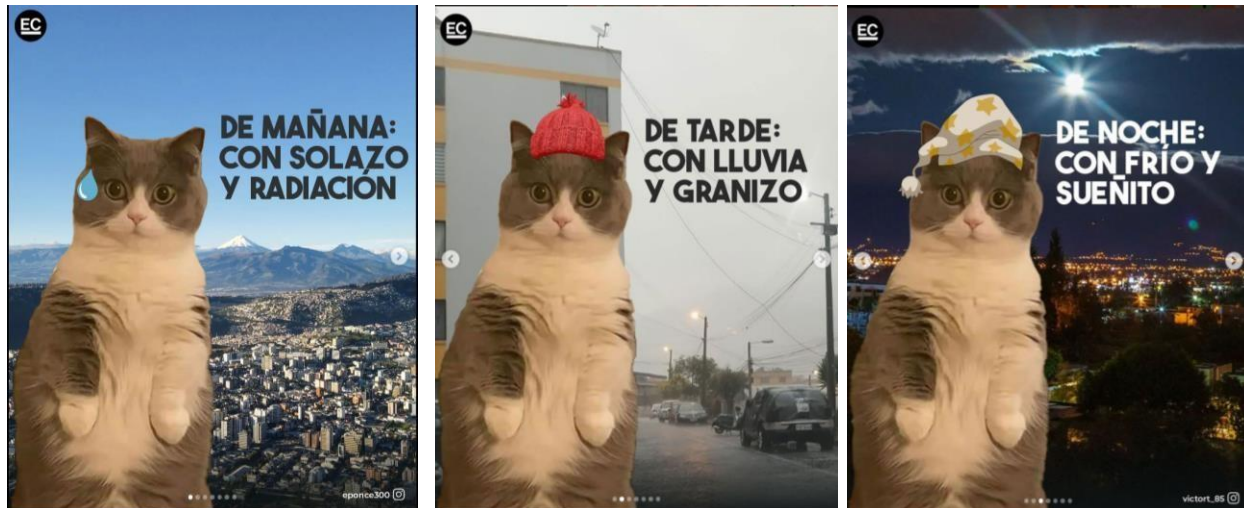


Fuente: Diario El Comercio, (s.f). *Perfil de Instagram* [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/elcomercio.com/>

Publicaciones donde se expone al Michimercio durante el mundial de Qatar 2022, se refleja el contexto que otorga a cada situación con un escenario adecuado para una excelente comprensión de la información brindada.

La presentación concisa de las noticias se realiza por medio de imágenes, las mismas se utilizan para destacar momentos claves. Además, el medio también emplea el formato de carrusel para presentar un seriado de imágenes relacionadas con un tema específico o eventos en desarrollo, este formato se genera a gran medida para dar el contexto a una historia por medio del humor gráfico con base a situaciones coyunturales para que los espectadores puedan deslizar y de esta forma enriquecer el conocimiento de lo que se esté plasmando dentro de las imágenes reflejadas en el perfil.

Figura 4: Publicación en formato de carrusel



Fuente: Diario El Comercio, (s.f). *Perfil de Instagram* [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/elcomerciocom/>

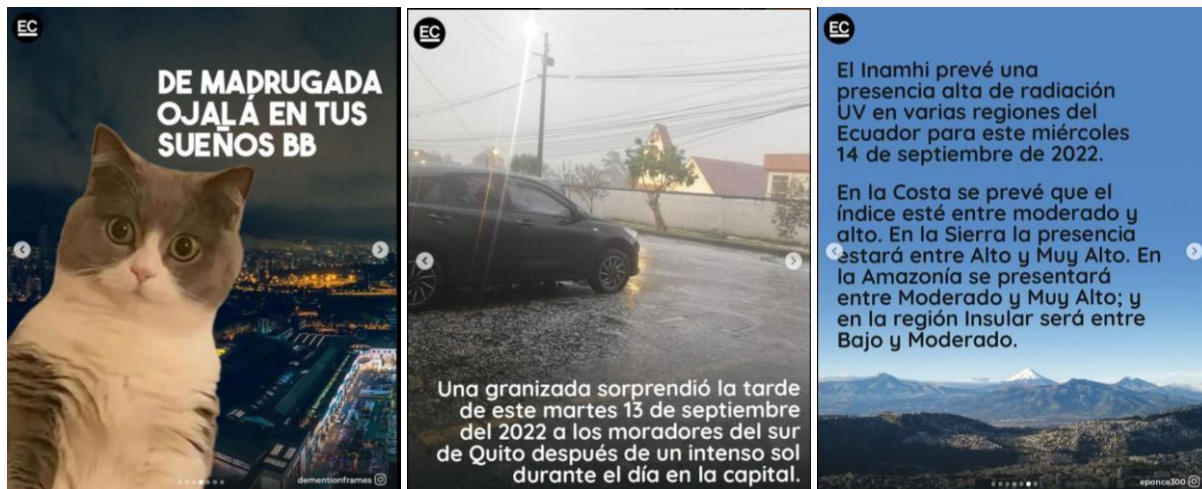
Descripción: Dentro de estas narrativas se expone el formato de carrusel para dar un sentido de secuencia a un contexto elegido por parte del medio, tal es el caso de informar el pronóstico del clima, la publicación se efectúa en la red social Instagram como un post independiente.

Hernán Patricio Murillo Bustillos. Diseñador gráfico y comunicador visual con título de ingeniería, Primer titulado en el Ecuador obteniendo el título 001 de la Universidad Tecnológica Equinoccial manifiesta lo siguiente: A partir de la presentación de las narrativas del medio, se ha identificado que existe una frecuencia y consistencia en las publicaciones. Dentro de la frecuencia mencionada, se ha mantenido la difusión de ámbitos coyunturales. Esto demuestra su compromiso de mantener informada a su audiencia de forma regular y oportuna, lo que crea una experiencia coherente para los usuarios, sin embargo, el análisis de esta investigación parte del personaje Michimercio, desde su creación a partir de marzo del 2021 hasta mayo.

Diario El Comercio utiliza una narrativa establecida en sus publicaciones que generan un contexto claro por medio del Michimercio cada una de las descripciones y titulares son directos, en la mayoría casos el medio de comunicación coloca Leads o copys en las publicaciones, esto porque los posts donde se expone al Michimercio se presentan en forma de carrusel y el texto se incluye dentro de la imagen para llamar la atención y complementar el mensaje que tiene por medio de texto e imagen. También se emplean menciones a empresas externas para promocionar un

producto o servicio. Además, el medio se enfoca en abordar una variedad de temas, desde política y economía hasta ciencia y cultura, asegurando así una cobertura amplia de noticias.

Figura 5: Posts del Michimerccio



Fuente: Diario El Comercio, (s.f). *Perfil de Instagram* [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/elcomercio.com/>

Descripción: Cada una de las narrativas se encuentran complementadas mediante textos e imágenes mismos que en conjunto promulgan un mensaje generando una secuencia de contenidos en un mismo post.

El Comercio Ecuador fomenta la interacción con los seguidores a través de preguntas en las publicaciones, invitándolos a participar para retroalimentarse de opiniones y comentarios. También responde activamente a los comentarios de los usuarios, brindando aclaraciones adicionales o respondiendo a preguntas planteadas, esta actividad es controlada por moderadores que administran el perfil de Instagram.

El medio realiza encuestas ocasionales y comparte historias interactivas para involucrar a su audiencia de manera más activa, un claro ejemplo parte del análisis en virtud de la estrategia de vender cromos de Michimerccio y sus amigos en los diarios que circulan en el país para la compra de los mismos de forma física, de esta manera se incentiva a que cada uno de las personas a relacionarse con el Michimerccio, adquirir el ejemplar para generar ingresos en el medio haciendo de ello una venta cruzada, no obstante la publicación que tenía este objetivo no cumplió su propósito en la época del Mundial de Qatar 2022, debido que dentro de las matrices realizadas se encuentra con menos reacciones y comentarios, dicha publicación se titula: ¡Los últimos cromos de Michimerccio y sus amigos llegan este domingo! ¡Llega la cuarta entrega! Este post refleja en el

perfil 2888 me gusta y 88 comentarios, la comparación se puede realizar con otro post que tiene 36. 323 me gusta que se titula Michimerccio reportando desde la ciudad de Cuenca.

El análisis se ejecuta a partir del ámbito futbolístico y cultural por el pronóstico del tiempo siendo la publicación con más reacciones positivas el reporte del clima, mientras que la compra de sus ejemplares no mantuvo apoyo dentro de la interacción que se realiza por medio de las narrativas.

Figura 6: Michimerccio con la venta de cromos



Fuente: Diario El Comercio, (s.f). *Perfil de Instagram* [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/elcomerciocom/>

Descripción: Estrategía del comercio para vender las circulares físicas en las calles del país tratando de generar interacción por medio del Michimerccio.

El análisis narrativo se refleja en cada matriz realizada tanto para la selección de narrativas como el análisis de cada publicación. El perfil de Instagram de El Comercio es un ejemplo de un medio de comunicación que utiliza la plataforma para informar de manera coherente a su audiencia, y esto provoca un crecimiento en su comunidad digital reflejando la efectividad de su estrategia de comunicación en Instagram.

Hernán Murillo (2023) manifiesta que la estrategia parte de: “Enganchar a las audiencias a través de un personaje, para que el personaje cuente una historia que ocurre en el quehacer político, deportivo, económico, de farándula entre otros aspectos, lo importante de todo ello es cautivar a la audiencia para humanizar al personaje y con ello cumplir el objetivo de activar a las audiencias atrayendo mayores usuarios al perfil, y que ésta determinada forma de comunicar pueda contar las historias y emplear publicidad dentro del mismo personaje a través del branding corporativo

denominado Mascotas Publicitarias para formar apoyo fundamental a la marca.” Todo esto genera nuevos prospectos para vender servicios y que la gente pueda identificarse con la mascota.

Figura 7: Michimercio vende servicios



Fuente: Diario El Comercio, (s.f). *Perfil de Instagram* [Captura de pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/elcomerciocom/>

Descripción: Michimercio presenta ideas claves por medio del humor para vender un servicio o producto de una empresa desde una perspectiva entretenida, complementa las ideas con elementos visuales entre ellas imágenes, iconografías, ilustraciones y textos.

Instagram se ha convertido en un espacio clave para los medios de comunicación, permitiéndoles narrar historias de manera visual. A través del análisis narrativo de un medio de comunicación en esta plataforma, se ha podido apreciar cómo se utilizan diferentes elementos y estrategias para contar historias, informar y generar compromiso con la audiencia. La combinación de una estética debidamente propuesta bajo lineamientos técnicos, contenido coherente y una interacción activa con los usuarios contribuye a construir una narrativa sólida y efectiva en Instagram.

Para la creación de cada publicación es necesario realizar un proceso creativo que amerita cada narrativa para que exista efectividad en los resultados una vez difundido el contenido, para ello se ha evidenciado que se requiere el uso de diversas técnicas que permitan transmitir la información de manera clara, interesante y atractiva para la audiencia. Las técnicas utilizadas se presentan como se exponen a detalle a continuación:

Al ser Instagram una red social donde gran parte de los usuarios son adolescentes y jóvenes, el mensaje se refleja con un lenguaje coloquial, enfocado dentro del humor gráfico para interactuar con cada uno de los espectadores y de esta manera el principal objetivo se cumpla, mismo que se entiende por satisfacer las necesidades e intereses de la audiencia. Se puede evidenciar el uso de la convencional estructura de tres actos (Inicio, desarrollo y fin) para emitir un mensaje claro.

Para que el mensaje sea claro y llegue a cada usuario en la web, es necesario emplear la tipografía porque desempeña un papel crucial en la creación de narrativas visuales. La elección de la familia tipográfica que utiliza El Comercio se centra en: Fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de las variantes Bold, Bold Italic, Heavy, Italic para transmitir impacto mediante jerarquías, estableciendo el tono y la personalidad de una historia para influir en la forma en que se percibe y comprende la información presentada.

El tipo de letra que se utiliza, esta categorizada como una fuente sans-serif, debido que se manifiesta en cada narrativa sin remates o adornos, genera una percepción de modernidad y limpieza. La elección de la tipografía en las narrativas desempeña un papel esencial en la forma en que se expone y acoge la información. Al considerar características como el tipo de letra, tamaño, espaciado, estilo y consistencia, se puede lograr una presentación visual efectiva que complementa y enriquezca la narrativa en su conjunto.

Como estrategia de posicionamiento, se implementa uso de hashtags en Instagram como una práctica común para categorizar y descubrir contenido relevante. En el caso de El Comercio comparte noticias en esta plataforma, los hashtags pueden desempeñar un papel importante para aumentar la difusión de sus publicaciones y atraer a un público más amplio.

Cada noticia mantiene un término o concepto de la temática que se está compartiendo. Esto ayuda a que las publicaciones se muestren en las búsquedas y exploraciones de los usuarios interesados en ese tema específico, la efectividad del uso apropiado de los hashtags en Instagram requiere un equilibrio entre la relevancia, la popularidad y la personalidad del medio de comunicación. Al utilizar hashtags adecuados, existe una mayor posibilidad de aumentar la visibilidad de las noticias y adquirir amplitud en las audiencias, es así que al momento de usar al Michimericio como personaje en los posts en cada uno de los apartados para los leads, se puede encontrar visible el nombre del personaje para posicionarlo en cada una de sus publicaciones.

Es de esta manera que los procesos comunicacionales parten de humanizar una mascota que en el branding se lo conoce como mascota corporativa para generar mayor impacto a partir de la interacción de la audiencia del Michimercio y de paso generar rentabilidad a través de la oferta de servicios o productos de empresas pautantes, además, de informar a los seguidores con base al humor gráfico guiado de elementos, composiciones visuales, cromática, tipografía y todos los elementos analizados en las matrices.

Se presentan en acto seguido la matriz de selección y matrices empleadas para el análisis correspondiente de las narrativas expuestas por el medio de comunicación, en conjunto con un ejemplo de las 9 matrices elaboradas para ejecutar los resultados.

MATRIZ N° 3: MATRIZ PARA LA SELECCIÓN DE NARRATIVAS PARA EL ANÁLISIS CORRESPONDIENTE

Cuentas Seleccionada (INSTAGRAM)	Número de posts	Post con más reacciones positivas (ME GUSTAS)			Post con menos reacciones positivas		
		Fecha	Descripción	Número de reacciones	Fecha	Descripción	Número de reacciones
EL COMERCIO2	4	30-08-2022	Michimerccio reportando desde Cuenca	37.323	16-10-2022	¡Los últimos cromos de #Michimerccio y sus amigos llegan este domingo!	2889
		13-09-2022	Reporte del clima	28.456	09-10-2022	¡La tercera entrega de los cromos de #Michimerccio y sus amigos están aquí!	3876
		31-08-2022	Reporte del clima	28.008	11-05-2023	Libérate de tu actual proveedor de Internet, así como Michimerccio	2458
		07-12-2022	La accidentada entrevista entre #Michimerccio y #ViniciusJr	26.590	06-04-2023	Michimerccio te pregunta	2433

MATRIZ 3: MICHIMERCIO REPORTANDO DESDE CUENCA

Título de narrativa: Michimerccio reportando desde Cuenca



Parámetros	Detalle
Lead o Copy	#Michimerccio reportando desde #Cuenca
Identidad visual (Personaje)	“¡Diosito me congeló! En Cuenca hace frío, mucho frío. Se ha registrado una temperatura mínima de 10 grados. Eso equivale a dormir con dos cobijas de tigre. El pronóstico para este miércoles 31 de agosto es que será nublado con llovizna en horas de la mañana, mientras que en la tarde y noche será nublado. Bueno en otras ciudades también hará mucho frío y recuerda: El frío no debe ser una excusa para dejar de bañarte” (Diario El Comercio, 2023)
Cromática	Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación.
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Ciudad de Cuenca, tipografía, gorro de lana, gato doméstico.
Hashtags	#Cuenca #Michimerccio
Comentarios	385 comentarios
Likes	37.322
Fecha	Agosto 30, 2022
URL	https://www.instagram.com/p/Ch6PhobqkFw/

CONCLUSIONES

La idea central es comprender el impacto que una composición visual causa a través de una narrativa desde su creación hasta su difusión en redes sociales; se entiende de esta forma a una narrativa como una composición visual ilustrada a base de texto e imagen, cuya finalidad radica en transmitir ideas claves para generar un mensaje, de modo que pueda tener una reacción ante la audiencia.

De esta manera, Diario El Comercio Ecuador con el transcurso del tiempo ha implementado nuevas narrativas visuales dentro de su perfil de Instagram para captar mayor audiencia dentro de un ecosistema digital nutrido de información coyuntural suscitada a diario y en tiempo real.

El seguimiento a Michimerccio parte de comprender la estrategia comunicativa por medio de la observación de sus publicaciones conformadas por la composición texto, imagen y elementos visuales para contextualizar un dato informativo; en cuanto a la importancia del personaje como un elemento clave para interactuar con los usuarios, surge por cumplir aquellos procesos comunicativos que tienen el propósito de humanizar una mascota para generar mayor interacción y por ende impacto al influir en los usuarios que interactúan en el perfil de El Comercio para ofrecer productos por medio del humor gráfico.

Al tener claro que el medio de Comunicación El Comercio - Ecuador utiliza a Michimerccio para generar una conexión emocional con sus seguidores evidenciado como resultado de las matrices obtenidas y entrevista realizada, tiene como finalidad generar un diálogo mediante un carrusel de imágenes para dar a conocer situaciones que el equipo comunicativo del medio necesite en dicho momento, al humanizar a un gato conocido como “Michimerccio”, la sociedad percibe a una mascota como familiar y empática, cercana e inclusive adorable, de esta forma los usuarios se sienten atraídos y acogen el mensaje que El Comercio quiere transmitir con la ayuda de Michimerccio.

La humanización de una mascota virtual se refleja como un plus dentro de la red social en virtud del medio analizado por el entretenimiento y diversión que genera a través de sus narrativas por Michimerccio con la ayuda del humor gráfico. Esto es un punto clave debido que la experiencia que genera en los seguidores de Instagram es eficaz al cumplir el propósito de captar su atención por

las ilustraciones ingeniosas o creativas que el público acoge por cada post difundido en la web tomando en cuenta varias temáticas, sobre todo la coyuntura, y a la par se genera un espacio para ofertar productos o servicios que tengan convenio con el medio de comunicación y generar ventas gracias a la acogida que ha tenido la mascota con el transcurso del tiempo y acogida.

La información que brinda Michimericio en cada una de sus publicaciones difundidas a los seguidores proporciona aspectos fundamentales a partir de generar empatía en cada una de las personas de su audiencia con un tono divertido y entretenido, generando un valor diferenciador del resto de medios de comunicación que publica contenidos en Instagram. Es por ello que los mensajes expuestos por el medio promueven datos informativos confiables y de primera mano, entre otras cosas generan un mensaje específico para sus espectadores, de esta forma la estrategia comunicativa de crear imagen en una mascota ayuda a generar impacto y mantener la atención de sus seguidores, sin dejar de lado el seguimiento y constancia de las publicaciones de El Comercio en otros ámbitos del quehacer local, nacional e internacional.


Se concluye de esta manera que el personaje estudiado desarrolla un papel fundamental en la construcción y difusión de las narrativas visuales de El Comercio - Ecuador, debido que la presencia de elementos como otorgarle características y acciones, influyen en la forma de transmitir un mensaje con la ayuda de elementos visuales que aportan a la composición a dar una contextualización del hecho a exponer dentro de: fotografías del entorno, cromática de color, leads, texto e imagen, todos estos componentes tienen un impacto significativo para transmitir emociones y establecer atmósferas para generar un mensaje producto de la narrativa visual, cumpliendo con estándares de publicación generados por el equipo de producción de El Comercio, en ciertos casos causa distracción visual el recorte de la mascota al colocarlo sobre los escenarios de manera muy intrusiva, pero, en ciertos casos, rompe el esquema de la composición visual causando peso óptico, es necesario de igual manera trabajar en una forma de boceto, jerarquizando la información desde lo más relevante a lo más irrelevante, en ciertos casos se colocan los elementos visuales a consideración de los creadores, determinando siempre la línea gráfica a partir de conocer la ubicación de cada uno de los elementos gráficos para que pueda existir la composición visual.

Para finalizar la evolución que evidencian las narrativas visuales por medio del Michimericio se experimentan con cambios o transformaciones, al inicio solo complementaba las noticias con un saludo, en la actualidad adicional a la publicación de contenido noticioso se ha generado un espacio

para realizar actividades comerciales con marcas pautantes, genera pronósticos de tiempo y transmite noticias de humor desarrolladas dentro del país con la ayuda del humor gráfico para crear una tendencia. De esta manera es importante tener en cuenta que los parámetros establecidos y analizados determinan que la percepción que el medio busca en sus seguidores se desarrolla a través de la humanización de la mascota para ofrecer, noticias, comercializar productos o servicios dentro de cada construcción de las narrativas visuales expuestas.

ANEXOS


ANEXO 1: REPORTE DEL CLIMA

Título de narrativa: Reporte del clima	
	
Parámetros	Detalle
Lead o Copy	Reporte del clima
Identidad visual (Personaje)	<p>“Mientras tanto los de Latacunga. Veamos qué publicó Tio Comercio. En Cuenca están a 10 grados... ¡Mija nos vamos a Cuenca! Allá están en verano, hace frío en la región interandina del Ecuador, pero donde más lo sienten es en Latacunga. 7 grados (temperatura mínima prevista para este miércoles) Y en Loja... ¡Confirмо!” (Diario El Comercio, 2023)</p>
Cromática	Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación.
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Paisajes de la ciudad de Latacunga, tipografía, gorro de lana, gato doméstico.
Hashtags	#ecuador #cuenca #latacunga #loja #frio #teamfrio #teamcalor #michimercio
Comentarios	438 comentarios
Likes	28.008
Fecha	Agosto 31, 2022
URL	https://www.instagram.com/p/Ch7dVhovyCJ/

ANEXO 2: REPORTE DEL CLIMA CON #MICHIMERCIO

Título de narrativa: Reporte del clima con #Michimerccio	
	
Parámetros	Detalle
Lead o Copy	Reporte del clima con #Michimerccio
Identidad visual (Personaje)	<p>“De mañana: con solazo y radiación. De tarde: con lluvia y granizo. De noche: con frio y sueñoito De madrugada ojalá en tus sueños bb Una granizada sorprendió la tarde de este martes 23 de septiembre del 2022 a los moradores del sur de Quito después de un intenso sol durante el día en la capital. El Inamhi prevé una presencia alta de radiación UV en varias regiones del Ecuador para este miércoles 14 de septiembre de 2022. En la costa se prevé que el índice esté entre moderado y alto. En la Sierra la presencia estará entre Alto y Muy Alto. En la Amazonía se presentará entre Moderado y Muy Alto; y en la región insular será entre Bajo y Moderado. Ahora si ve a Mimir.” (Diario El Comercio, 2023)</p>
Cromática	Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación.
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Paisajes de la ciudad de Quito, tipografía, gorro de lana, gato doméstico.
Hashtags	#Michimerccio
Comentarios	156 comentarios
Likes	28.456
Fecha:	Septiembre 13, 2022
URL:	https://www.instagram.com/p/CieQLfsPdx/b/

ANEXO 3: LA ACCIDENTADA ENTREVISTA ENTRE MICHIMERCIO Y VINICIUS

Título de narrativa: La accidentada entrevista entre Michimercio y ViniciusJr	
	
Parámetros	Detalle
Lead o Copy	<p>Contexto:</p> <p>“La conferencia de prensa de Vinicius Jr, delantero de Brasil, tuvo la inesperada visita de un gato, que se ‘robó el show’ y los titulares de la prensa internacional.</p> <p>El hecho se dio este 7 de diciembre de 2022, cuando Vinicius acudió a la conferencia previo al partido que disputarán #Brasil y #Croacia, por los cuartos de final del Mundial de #Qatar2022, el próximo 9 de diciembre.</p> <p>En un video de la cadena internacional TNT Sports, se muestra el preciso instante en el que el gato se subió a la mesa de los conferencistas, lo que generó las risas de Vinicius y también de los asistentes.</p> <p>El gato se quedó acostado en el lugar unos minutos, mientras los periodistas asistentes tomaban fotos. Luego fue sacado de la mesa por uno de los miembros del equipo de prensa de la selección de Brasil.” (Diario El Comercio, 2023)</p>
Identidad visual (Personaje)	<p>¡Michimercio logró una entrevista exclusiva con Vinicius Jr! Pero justo cuando le iba a hacer la pregunta...</p> <p>¡Na! De mejores lugares me han sacado</p>
Cromática	Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación.
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Conferencia de prensa Mundial de Qatar 2022, tipografía, gato doméstico, viñetas.
Hashtags	#michimercio #ViniciusJr #Brasil #Croacia #Qatar2022
Comentarios	271 comentarios
Fecha	Diciembre 7, 2022
URL	https://www.instagram.com/p/Cl4jyKMvEt/

JR

ANEXO 4: MICHIMERCIO TE PREGUNTA

Título de narrativa: Michimerccio te pregunta



Parámetros	Detalle
Lead o Copy	"#Michimerccio te pregunta ¿Quieres llevar tu negocio al infinito y más allá? Únete a @goldencompaniesdata! Con nuestras herramientas de inteligencia artificial podrás extraer datos de tus redes sociales, que te ayudaran a crear una estrategia ganadora.." (Diario El Comercio, 2023)
Identidad visual (Personaje)	<p>"¡Descubre el futuro emocionante de IA en las redes sociales! Presentando... La herramienta que te llevará al futuro, los datos digitales pueden hacerte ganar mucho dinero.</p> <p>¿Te gustaría realmente saber que piensan las personas en redes sociales sobre ti?</p> <p>GOLDEN la plataforma de monitoreo de redes sociales que te puede ayudar a salvar tu negocio.</p> <p>¡Olvida los informes largos y tediosos! Obtén informes rápidos y sencillos generados automáticamente.</p> <p>No importa la cantidad de competidores, destaca escuchando a tu audiencia para sobresalir en el mercado</p> <p>Esto no es un simple juego, ¡Es un momento clave en la historia!</p> <p>¡Mira hacia el futuro y descubre como tomarás decisiones más rápidas y eficientes con herramientas innovadoras!" (Diario El Comercio, 2023)</p>
Cromática	Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación.
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Elementos tecnológicos, ambiente de espacio, cohete, dinero, ambientes de fantasía del futuro, tipografía, viñetas
Hashtags	#AlInfinitoYMásAllá #EstrategiaGanadora #Goldencompanies
Comentarios	9 comentarios
Likes	2433
Fecha	Abril 6, 2023
URL	https://www.instagram.com/p/CqtzaqMuytv/

ANEXO 5: ¡LA TERCERA ENTREGA DE LOS CROMOS DE MICHIMERCIO Y SUS AMIGOS ESTÁN AQUÍ!

Título de narrativa: ¡La tercera entrega de los cromos de Michimerccio y sus amigos están aquí!



Parámetros	Detalle
Lead o Copy	“¡La tercera entrega de los cromos de #Michimerccio y sus amigos están aquí! Completa tu colección Recuerda que llegan gratis dentro de tu revista familia que circula GRATIS hoy junto a EL COMERCIO.” (Diario El Comercio, 2023)
Identidad visual (Personaje)	“¡Ya llegó la tercera entrega de los Michicromos! Los encuentras dentro de Revista Familia, circula gratis con tu ejemplar de El Comercio. Cuando te mandan a comprar el pan, pero en su lugar llegas con los Michicromos. Y pilas: El próximo domingo circula la cuarta entrega.” (Diario El Comercio, 2023)
Cromática	
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación. Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Cromos, animales domésticos, escenario de estadio, tipografía, viñetas
Hashtags	#Michimerccio
Comentarios	28 comentarios
Likes	3875
Fecha	Octubre 9, 2022
URL	https://www.instagram.com/p/Cjf_pBZuG9s/

ANEXO 6: ¡LA TERCERA ENTREGA DE LOS CROMOS DE MICHIMERCIO Y SUS AMIGOS ESTÁN AQUÍ!

Título de narrativa: ¡La tercera entrega de los cromos de Michimerccio y sus amigos están aquí!



Parámetros	Detalle
Lead o Copy	“¡Lo últimos cromos de #Michimerccio y sus amigos llegan este domingo! ¡Llega la cuarta entrega! Completa tu colección Recuerda que llegan gratis dentro de tu @revistafamiliaec” (Diario ElComercio, 2023)
Identidad visual (Personaje)	“¡A llenar y completar el Michiálbum! ¡Este domingo 16 de octubre llegan los últimos cromos de Michimerccio y sus amigos! Recuerda que llegan dentro de la Revista Familia circula gratis tu ejemplar de El Comercio. Encuentra tu punto de venta más cercano también en Guayaquil. Michimerccio, vengo a hablarte... De la inciativa Super Smash Bros” (Diario El Comercio, 2023)
Cromática	Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación.
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Personajes animados, cromos, animales domésticos tipografía, viñetas
Hashtags	#Michimerccio
Comentarios	11 comentarios
Likes	2886
Fecha	Octubre 16, 2022
URL	https://www.instagram.com/p/CjyEvF4M7qX/

ANEXO 7: LIBÉRATE DE TU ACTUAL PROVEEDOR DE INTERNET, ASÍ COMO MICHIMERCIO.

Título de narrativa: Libérate de tu actual proveedor de Internet, así como Michimericio.



Parámetros	Detalle
Lead o Copy	“Liberate de tu actual proveedor de Internet, así como Michimericio. Celerity de compensa con hasta 3 facturas gratis, aumento de velocidad, cero costos de instalación y regalos adicionales. ¿Qué esperas? Cámbiate hoy a la velocidad de Internet” (Diario El Comercio, 2023)
Identidad visual (Personaje)	“¡¡Dese ahora habrá cambios en esta casa!!Así es mamá!!Desde ahora jugaré toda la noche!!Usaré todo el internet que quiera!!Y me iré a dormir muy tarde! ¡Michimericio no tiene amo! ¡Michimericio es un gato libre! ¡Qué nervios! ¡Ya estoy practicando para cuando me gane el concurso de Mr. Beast! ¡Libérate! No de los regaños de mamá, pero sí de ese viejo y lento Internet. Hora de cambiarte a celerity que te compensa por cambiar de proveedor de Internet con hasta 3 facturas gratis. ¡No dudes en cambiar de internet! así como andas cambiando de pareja Ji, Ji, Ji. ¡Y hay más beneficios! Aumento de velocidad por 12 meses. Cero costos de instalación en todos los planes y te regalan una cámara IP de 5 antenas.” (Diario El Comercio, 2023)
Cromática	Elementos visuales escogidos acorde el contexto a exponer según la situación.
Tipografía	Familia de la fuente Carrol dentro del estilo de Heavy y hace uso de Bold, Bold Italic, Heavy, Italic, entre otros
Elementos gráficos	Elementos tecnológicos, dinosaurio, televisión, lampara, ambiente de habitación, audífonos, tipografía, viñetas
Hashtags	#Michimericio #fibraóptica #CámbaiteaCelerity #interhogar
Comentarios	13 comentarios
Likes	2457
Fecha	Mayo 11, 2023
URL	https://www.instagram.com/p/CsHZwUROfmo/

BIBLIOGRAFIA

- Barrantes Echavarría, R. (1999). *Investigación: Un camino al conocimiento*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Bedoya, A. (1997). *¿Qué es interactividad?* Usuario, Revista Electrónica.
- Boragina, M., Frigoli, M., Miravalle, V., Molteni, J., Platero, C., Poiré, M., & Ponte, M. (2021). *El universo de las estrategias y productos comunicacionales*. Boragina: Universidad Nacional de La Plata.
- Bravo, J., & Galíndo, F. (2020, 06 20). *Universidad Nacional de Chimborazo*. Retrieved from Universidad Nacional de Chimborazo.
- Coll, N. (2020). *Cuaderno del taller del color*. Barcelona: Universidad Abierta de Cataluña.
- Daza, C., Santa Cruz, A., & Meo, A. (2018). *Narrativas Visuales- Perspectivas y análisis de Iberoamérica*. Bogotá: Fundación Universitaria San Mateo.
- Diario El Comercio, (s.f). Perfil de Instagram [Captura de pantalla]. Instagram.
<https://www.instagram.com/elcomercio.com/>
- González, J. (2015). *Capítulo 5. El impacto de los gráficos en la comunicación científica*. España: ELSEVIER.
- Hütt, H. (2012). *Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Lavagna, E. (2022, Noviembre 09). *Web Escuela*. Retrieved from Web Escuela:
<https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/#:~:text=Instagram%20es%20una%20red%20social,o%20en%20otras%20redes%20sociales>.
- Mitchel, J. M. (2009). *Ensayo sobre representación visual y verbal*. Madrid: Ediciones Akal S.A.
- Murrillo, H. (2023). *Análisis de narrativas*. Quito: Entrevista a profundidad vía Zoom.
- Ríos, I., & Pinto, M. (2019, Diciembre). *Análisis de narrativa*.
- Robledo, K., Atarama , T., & Palomino, H. (2016). *De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas*. Perú: Ediciones Complutense.
- Rodas, F. (2017). *Universidad Andina Simón Bolívar*. Retrieved from Universidad Andina Simón Bolívar.
- Scolari, C. (2012). *Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.