



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:

NUEVAS NARRATIVAS HÍBRIDAS COMO GÉNERO PERIODÍSTICO
EN PLATAFORMAS DIGITALES

AUTOR:

ROMMY JEOMIRA AVEGNO URQUIZA

TUTOR:

MSC. ANA ELIZABETH HERRERA FLORES

BABAHOYO - ECUADOR

2021



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

DEDICATORIA

A mi mamá, Marcela Urquiza Mora, quien me ha acompañado día a día dándome las fuerzas, conocimientos e inspiración para lograr todo lo que me proponga.

Rommy Avegno Urquiza



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

AGRADECIMIENTO

A Dios, mi mamá, papá y hermana, por su apoyo incondicional durante toda mi vida, sin ellos no hubiese podido llegar en donde estoy ahora. Asimismo, a cada uno de los docentes que guiaron durante mi formación como profesional.

Rommy Avegno Urquiza

RESUMEN

El presente trabajo investigativo muestra las nuevas narrativas que se han desarrollado con los avances tecnológicos, los cambios en la labor periodísticas y como han creado o innovado la forma en que se narran los hechos ocurridos, dichas narrativas que por su gran alcance y uso, se podrían empezar a catalogar como géneros periodísticos, asimismo, estas presentan nuevas o mejoradas formas de compartir contenido periodístico para que el usuario pueda informarse de manera completa, ya que su objetivo es que el mismo, sienta que estuvo en el lugar de los hechos para que así pueda elaborar sus propias conclusiones, creando toda una experiencia, en lugar de solo informar.

Este proyecto se realizó mediante fichas de observación para conocer los géneros periodistas o las nuevas narrativas que usan los medios de comunicación digital internacionales, nacionales y provinciales, por consecuente, se analizaría también que elementos utilizan para contar la historia de sus reportajes multimedia, artículos, informes, especiales, entre otros.

Por otro lado, se entrevistó a profesionales en comunicación para estudiar que géneros usan en sus medios de digitales, las diferencias entre trabajar para un medio tradicional o digital y los cambios en el perfil del comunicador actual. De esta forma, se exploraría la variedad de recursos que ahora los periodistas están usando, las plataformas digitales, al igual que el equipo que forman y todo lo que conlleva crear un producto periodístico digital.

Palabras clave: géneros periodísticos, narrativas híbridas, periodismo digital, internet.

ABSTRACT

This investigative work shows the new narratives that have been developed with technological advances, changes in journalistic work and how they have created or innovated the way in which the events that occurred are narrated, these narratives that due to their great scope and use, are could begin to be classified as journalistic genres, likewise, these present new or improved ways of sharing journalistic content so that the user can be fully informed, since their objective is for the user to feel that he was in the place of the events so that so you can draw your own conclusions, creating a whole experience, instead of just reporting.

This project was carried out through observation files to learn about the journalist genres or the new narratives used by the international, national and provincial digital media, consequently, it would also be analyzed what elements they use to tell the story of their multimedia reports, articles, reports, specials, among others.

On the other hand, communication professionals were interviewed to study what genres they use in their digital media, the differences between working for a traditional or digital medium and the changes in the profile of the current communicator. In this way, the variety of resources that journalists are now using, digital platforms, as well as the team they form and everything that goes into creating a digital journalistic product would be explored.

Keywords: journalistic genres, hybrid narratives, digital journalism, internet.

Tabla de contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. DESARROLLO	2
2.1 JUSTIFICACIÓN.....	2
2.2 OBJETIVOS.....	3
2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS.....	4
2.3.1 Medios de comunicación tradicionales y digitales.....	4
2.3.2 Géneros periodísticos	6
2.3.3 Género informativo	8
2.3.4 Género de opinión	9
2.3.5 Género interpretativo.....	10
2.3.6 Periodistas y comunicadores del siglo XXI	11
2.3.7 Plataformas y herramientas digitales.....	12
2.3.8 Narrativas periodísticas	15
2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	18
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS	20
2.5.1 Datos e información recolectada de los medios de comunicación digitales .	20
2.5.2 Información recolectada mediante las entrevistas a profesionales en comunicación	39
2.6 CONCLUSIONES	43
2.7 RECOMENDACIONES	49
III. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
IV. ANEXOS	56

I. INTRODUCCIÓN

Los géneros periodísticos son denominados como las diversas maneras de presentar la información en los distintos medios de comunicación existentes. El periodista hace uso de estos recursos para compartir los hechos relevantes para sus receptores, conforme al medio comunicativo en el que pertenezca. Cada uno de los géneros posee diferentes objetivos, se desarrollan, elaboran de manera diferente y en el efecto que provocará al lector u oyente.

Por otro lado, la forma de llevar el mensaje periodístico está cambiando, planteando nuevas formas de narración con lo que logra colocar atrás a los tradicionales o puros, ya que estos van ligados con las nuevas tecnologías y las formas en que se transmite a sus usuarios, que aún tiene mucho por explorar y explotar. De igual forma, va abriendo nuevos caminos para la información, las plataformas, nuevos negocios y trabajos.

Desde hace muchos años los géneros periodísticos han sido los mismos desde que se plasmaron en las redacciones de los periodistas, y sus géneros todavía son utilizados. En la actualidad no solo por la tecnología sino por la crisis de la prensa por lo que se intenta buscar otras opciones que han conseguido llegar a innovaciones que han dado como resultado terceros sistemas, medios, experimentaciones que también logran el objetivo de comunicar, que dependiendo del mensaje se ha logrado hasta potenciar mejor. (Betancur, 2017)

Así surge el objetivo de identificar las diferencias que existen entre los géneros que ya están establecidos y las nuevas narrativas híbridas, sus propuestas y de qué manera están cambiando la forma de realizar la labor periodística, aparte de crear nuevas áreas de negocios empleos, la manera que sea ha tomado las plataformas digitales para crear contenido que va más allá de informar un hecho sino que, entretiene, persuade, motiva con diferentes herramientas que le dota la multimedialidad y recursos que permiten al profesional forjar su propio estilo.

II. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

La transformación digital ha dado un giro radical a los medios de comunicación, ahora la información es de libre acceso, costándole la parte publicitaria a medios tradicionales, especialmente la prensa, causando que su impacto en el lector disminuya. Del mismo modo, el internet ha traído consigo diversas herramientas para mejorar la calidad de información que se comparte, haciéndolo ver más interesante que a la larga ha creado otros sistemas de consumo de contenidos que se mide por las visualizaciones y *likes*.

Es transcendental establecer que resulta de interés conocer las posibilidades que podemos encontrar en las narrativas híbridas, que con estas formas de comunicar adaptadas a los géneros periodísticos puros o creadas para innovar se están forjando como un género periodístico como tal con el uso de las plataformas digitales.

Obteniendo como fin, evidenciar si los géneros periodísticos puros están quedando de lado, son utilizados por los medios tradicionales más que los digitales y las narrativas híbridas que los acompañan, así como determinar si estos realmente están totalmente aislados o si lo clásico, aún continúa vinculado de alguna forma con las plataformas digitales que con el tiempo se convierte en el mercado para crear un nuevo medio de comunicación o cybermedio que se adecuo a las nuevas tecnologías.

Esta investigación analiza los nuevos códigos narrativos conforme a las propuestas y cambios que surgen por su alta demanda, tanto como dar a conocer las alternativas que poseen los futuros comunicadores donde tienen una gran ola de plataformas digitales para explayar sus conocimientos en el sector comunicacional y obtener sustento económico.

2.2 OBJETIVOS

Objetivo general

Identificar las nuevas narrativas que se desarrollan como un género periodístico en las plataformas digitales.

Objetivos específicos

- Conocer las propuestas que presentan las nuevas narrativas híbridas para la difusión y creación de los mensajes para informar.
- Describir la diferencia que existe entre los géneros periodísticos que ya están establecidos y las nuevas narrativas que se están encaminando a un género periodístico en los medios de comunicación digitales.
- Detallar los cambios en la forma de realizar la labor periodista con las nuevas narrativas híbridas.

2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS

2.3.1 Medios de comunicación tradicionales y digitales

Desde la comunicación oral, la llegada de la escritura, el primer periódico que en Roma se denominó “acta publica” con las noticias de la ciudad, los avisos u hojas sueltas en la Edad Media, luego la imprenta que revolucionó la manera de difundir los mensajes, convirtiéndose con el tiempo lo que conocemos como medio escrito. Junto con las tecnologías surgió el Cine en Francia, la invención de la electricidad dio paso a la radio, después nace la televisión, las primeras emisiones fueron de la cadena BBC en Londres, por último aparece el Internet, tecnologías digitales desarrollando al máximo la comunicación del ser humano. (Raffino, 2021)

Un medio de comunicación es aquel sistema utilizado como canal donde se elabora un mensaje en diferentes formatos para obtener como resultado un intercambio de información. Los medios de comunicación como tal, se representa tanto a los tradicionales, prensa escrita, radio, revistas, televisión; digitales, como; medios en redes sociales, blogs, páginas en la web, etc.

Su importancia radica en el papel preponderante en la sociedad y la necesidad del ser humano de mantenerse en constante comunicación con el mundo que le rodea y el desarrollo del mismo. Los medios comunicacionales tienen un gran peso en la sociedad, su influencia es muy alta. El acceso a la información es un derecho, es de vital importancia para la democracia en un país. Un medio de comunicación puede cambiar la forma de pensar de quien lee, escucha o ve, modificando su comportamiento. (Pérez, 2018)

De la misma manera su objetivo se centra en informar, entretener, opinar, orientar, educar, sin importar si hablamos de un medio digital o uno tradicional. Sin embargo, existen muchas diferencias entre ambos sistemas de información, que con el pasar del tiempo han

evolucionado y que en la actualidad aún no se detiene, jugando una carta importante junto con la tecnología, aquella que permite su avance con nuevas formas de compartir mensajes.

Para (Castells, 2009) las nuevas tecnologías libres promueven nuevas formas de comunicación, estas son la base de modelos culturales del mundo. La comunicación digital es un sistema diverso y maleable, con una audiencia creativa dispuesta a recibir diferentes tipos de códigos o mensajes y cada vez más diversificado en formato y contenido. Mientras más formas de contenido existan a compartir diferente serian la manera de contar las noticias y un resultado diferente en la audiencia y como esta lo percibe.

En consecuencia, las salas de redacción, por ejemplo, cambiaron tanto en su talento humano, contenido, necesidades y nuevas plataformas escoger y explorar. Las salas se han transformado bastante, ya no se escucha el ruido de las maquinas o el olor del plomo. El periodista ahora se encuentra en línea y fuera de la misma.

La redacción digital se mide tras los pilares del contenido, diseño, tecnología y comercial. (Barriga Silva, 2016)

Esto conlleva explorar los términos que, dentro del entorno digital con base a sus características propias como la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, también nace otro, la transmedia en donde una historia se narra en diferentes canales y hasta con distintos formatos, esto es una ventaja ya que logra captar una gran variedad de usuarios, cabe recalcar que el contenido publicado que se presenta independientemente se comprende al igual que toda la historia completa. (UTPL, 2017)

Existen algunas diferencias sobre el periodismo transmedia ante otra narrativa periodística, la principal se centra en la posibilidad ante la variedad de medios comunicacionales que existen actualmente, donde la interactividad asume un papel importante, involucra y atrae al receptor, este forma parte también del mensaje compartido. (Renó & Flores, 2018)

El periodismo digital, transmedia o multimedia, contiene diversos recursos y herramientas que utilizan para contar la historia, los hechos a los usuarios o receptores le permiten navegar por todos los fragmentos o partes del producto periodístico sin ningún problema, con un clic, scroll o más movimientos dentro de la web donde cada información que lee, escucha u observa, y hasta experimenta los recursos empleados para que el receptor se involucre en el mismo, ya sea este un recurso inmersivo, gamificación, georreferenciación, realidad aumentada, entre otros. Estos ayudan a que la información se comprenda de la mejor manera posible.

2.3.2 Géneros periodísticos

Desde los primeros días ejerciendo el periodismo, las noticias eran más conocidas como relatos, para Marques de Melo después de la imprenta no se le podía adjudicar “periodismo” a lo que solo era publicidad o propaganda. Sin embargo, en 1700 nace el periodismo con la llegada de cierta libertad de expresión y económica, tratando un género, el de opinión sobre temas políticos o religiosos. La noticia, como segundo género periodístico, se genera a partir de la industrialización y la tecnología separando la opinión de la noticia. (Peñaranda, 2017)

La publicidad fue denominada como un subgénero en el siglo 19 dándole a la prensa una base para subsistir económicamente. Luego que se popularizo la “pirámide invertida” la prensa se categorizaba en artículos remitidos, comunicados, cartas y noticias. Para el siglo 20,

la revista Time empezó a usar lo que sería otro género, el interpretativo. Por otro lado, durante el conflicto bélico de la segunda guerra mundial los lectores querían mayor explicación de lo que estaba sucediendo, por lo que la crónica surgió otra vez, como *features*. (Peñaranda, 2017)

En los 60 surge el nuevo periodismo que se encarga de contar una noticia, pero se agregan recursos literarios. Su mayor exponente fue Tom Wolfe. Este tipo de periodismo fue muy criticado, se lo acusaba de adornar e inventar los hechos, así lo menciona el diario (El Telégrafo, 2014) De otra manera, (Peñaranda, 2017) expone que los periodistas de este movimiento lograban adentrarse en el personaje detallando cada elemento mediante diferentes exhaustivas entrevistas. Y esta práctica no era realizada solo por estadounidenses, se logró evidenciar en América Latina con los trabajos de Gabriel García Márquez, mientras que, en EEUU, esta ola recientemente emprendía.

Tabla 1

Géneros periodísticos según el criterio de su autor

Autor	Criterios o clasificación
<i>Gonzalo Martín Vivaldi</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Por su temática: periodismo deportivo, especializado, crónica policial. - Por su modo de trabajo: periodismo de investigación o de denuncia. - Finalidad: informativo o de opinión. - Por su corriente: periodismo católico. - Objetividad: noticia, editorial. <p>Vivaldi también propone dividir el reportaje, artículo, crónica como géneros individuales, siendo divididos por la noticia, gran reportaje, reportaje cronológico, suelto, artículo de costumbre, columna. (Gonzalo, 1993)</p>
<i>José Martínez Albertos</i>	Información, reportaje, crónica y artículo.
<i>Federico Campbell</i>	Entrevista, crónica, noticias, reportaje y artículo.
<i>María Julia Sierra</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Noticioso: columnas, crónicas, entrevistas, editoriales, reportajes y noticias. - Periodismo literario: cuento y semblanza.
<i>Esteban Morán</i>	<p>Informativos: entrevista, crónicas, noticias y reportajes.</p> <p>Opinión: críticas, columnas, comentarios y editoriales</p>
<i>Armando de Miguel</i>	Informativo, literario y literatura periodística.
<i>Johnson y Harris</i>	Noticias, crónicas, notas de interés humano, noticias sociales, editoriales e ilustraciones.

Raúl Rivadeneira	Información: Gacetilla, nota, suelto, artículo, crónica, nota de redacción y entrevista. Opinión: editorial, campaña y crítica. Entretenimiento: caricatura, historietas, nota policial, deportes, notas sociales.
Luiz Beltrão	Noticia básica, crónica, reportaje y entrevista.
John Hohenberg	Noticia básica, de interés humano, entrevista, noticia interpretativa, la columna, reportaje investigador y de cruzada y biografía popular.
José Benítez	Entrevistas, reportajes, relatos noticiosos y la noticia
Siegfried Mandel	Columna, editorial, notas de interés humano, reportaje, nota periodística.
Marques de Melo	Entrevista, noticia, artículo, fotografía, carta, comentario, crónica, editorial, caricatura.
Erick Torrico	- Informativo: suelto, notas de redacción, noticias, cocinados, crónicas, reportajes y entrevistas. - Opinativo: artículo, comentario, crítica, editorial. - Interpretativo: ensayos, reportajes, noticia popular, análisis e interpretación.

Nota. Datos tomados de (Peñaranda, 2017)

Para los 90, diversos autores afirmaron algunos términos para su clasificación, pero cada uno defiende su punto de vista de cómo y cuáles son los géneros periodísticos que existen. La labor periodística tiene muchas formas para expresar lo que se quiere comunicar al lector u oyente. (Peñaranda, 2017)

Los géneros periodísticos se utilizan como diversas formas de expresar el mensaje que se desea comunicar a los receptores, estos nacieron en la prensa escrita y han evolucionado con el tiempo. (INENKA Business School, 2020) Los géneros periodísticos más conocidos han sido conformados a partir de un extenso camino de la evolución del periodismo, que siempre está tratando de buscar nuevas formas de expresar, comunicar o informar a sus comunidades, así lo menciona (Segale, 2011) No obstante, pueden organizarse como género informativo, de opinión e interpretativo y depende del objetivo que tenga el texto a redactar. (González, 2017)

2.3.3 Género informativo

Este género aporta la información de los hechos tal y como sucedieron de la manera más objetiva, sin emitir su opinión sobre el tema que está tratando. (González, 2017) Entre los subgéneros podemos encontrar, según (Delgado, 2019) :

Noticia: se refiere a una redacción sobre un hecho reciente. Este debe responder al qué, quién, dónde, cuándo, por qué y cómo.

Reportaje objetivo: narra un hecho noticioso a profundidad, buscando un abordaje más a fondo con temas de interés que aún no sean tan actuales, aquí encontraremos el contexto de los sucesos, su impacto y más.

Entrevista objetiva: El entrevistador elabora una serie de preguntas para realizar al entrevistado con el objetivo de conseguir su punto de vista ante un tema determinado, el periodista no interviene en ningún momento porque la persona entrevistada es el protagonista.

2.3.4 Género de opinión

Editorial: este texto es redactado por el medio de comunicación, no se firma y está enlazado a la ideología o pensamiento que tiene el medio de comunicación ante cualquier suceso. (González, 2017)

Carta al editor: este género de opinión se basa en la redacción de los lectores que envían al medio de comunicación en donde escriben su punto de vista sobre un tema. (González, 2017)

Artículo: un texto argumentativo acerca de un tema determinado, redactados por personajes ajenas al medio. (González, 2017)

Columna: es muy parecido al artículo, la diferencia está en su periodicidad. Es redactados por especialistas en el tema. (Uriarte, 2021)

Tira cómica o caricatura periodística: su eje principal es el humor y doble sentido sobre un tema actual. (Delgado, 2019)

Crítica: es redactado por un profesional o periodista especializado en temas relacionados con el arte o la cultura, en donde hace una reseña de la situación. (Delgado, 2019)

2.3.5 Género interpretativo

(Delgado, 2019) acota que es la unión de un género informativo y opinión, por lo que relata un hecho actual de noticia y al mismo tiempo, el periodista agrega su punto de vista. Entre estos encontramos los siguientes subgéneros:

Crónica: tal como lo dice su nombre en latín, este texto es redactado de manera cronológica, exponiendo los hechos desde un punto de vista específico, como el del entrevistado, expresando también rasgos, ambientes, emociones, sentimientos, permitiendo dar a entender al lector todo lo ocurrido en lugar de los hechos a un completo nivel.

Reportaje interpretativo: Luego de un exhaustivo proceso de recolección de datos se trata el tema específico donde se expone el punto de vista del suceso con base a los datos que se han recolectado.

Entrevista subjetiva: en esta entrevista se aclara la opinión del entrevistado sobre el tema de interés, apelando también a los rasgos psicológicos, su personalidad y más. Aquí se conoce al entrevistado en diferentes ámbitos.

Pese a los cambios que se ha evidenciado entre los medios de comunicación tradicionales y digitales ¿existen cambios en los géneros periodísticos o estos son los mismos que han usado los periodistas desde su creación? En la siguiente tabla plantearemos de manera simplificada los géneros periodísticos puros que se utilizan desde los medios clásicos.

Tabla 2
Géneros periodísticos

<i>Genero informativo</i>	Noticia, reportaje objetivo, entrevista objetiva.
<i>Genero de opinión</i>	Editorial, columna, artículo de opinión, entrevista interpretativa, crítica, carta al editor, tira cómica o caricatura periodística.
<i>Genero interpretativo</i>	Entrevista subjetiva, reportaje subjetivo, crónica.

Nota. Datos tomados del artículo géneros periodísticos de (Delgado, 2019)

2.3.6 Periodistas y comunicadores del siglo XXI

El comunicador es la persona que se encarga de difundir, recoger, redactar o comentar una información utilizando un medio de comunicación. (Fundación Gabo, 2018) Para Gabriel García Márquez, el periodismo es una pasión insaciable, que se realiza confrontando la realidad para así poder confrontarla y humanizarla. Es necesario vivir en carne propia, haber nacido para esta labor y estar dispuesto a sobrellevar todo lo que es ser un periodista para así continuar hasta el siguiente suceso. (1996)

El objetivo del periodista se basa en la búsqueda de la verdad, colocar la información de la manera más concreta, precisa y concisa, recolectando la mayor información que esté al alcance, comprobando los hechos y contando la historia de la manera más clara posible para que sea accesible a su público. (Garton Ash, 2017)

Para Martín Barbero “La comunicación significa hoy el espacio de punta de la modernización, el motor mismo de la renovación industrial y las transformaciones culturales que nos hacen contemporáneos del futuro” (Los oficios del comunicador, 2004, pág. 119) Asimismo, la importancia del comunicador radica por ser el factor que fortalece la democracia, crecimiento, desarrollo social, económico, ambiental, constituyéndose como una herramienta fundamental para construir una sociedad. (Red de Periodistas por el Desarrollo Sostenible, 2017)

Aunque la labor periodística se mantiene con su objetivo principal, con el pasar del tiempo han surgido muchos cambios que han ido surgiendo con los avances tecnológicos. Con la llegada del internet surgió la duda si los medios tradicionales subsistirían, sin embargo, ha sido un comentario que se ha mencionada con el nacimiento de cada nuevo medio de comunicación. En la actualidad, observamos que los medios clásicos han logrado mantenerse

sin inconvenientes, pero adaptándose. Puesto que el internet ha logrado colocarse prácticamente como un medio de comunicación más. (Moreno Espinosa, 2017)

Existe quien denomina al periodismo digital como periodismo 3.0, el profesional no ha dejado crear innovar en su carrera por la tecnología sino han visto una nueva oportunidad, nuevas formas de expresar la historia, más herramientas, otro canal en donde innovar y como se menciona en el artículo de (Fernández Chapou, 2013) el periodismo cambia de traje, se usaran nuevos lenguajes y distintos salidas de comunicación, potenciando cada día más haciendo el gran periodismo que se ha evidenciado a los largo de los años.

Con la Tecnología de la Información y Comunicación y las redes sociales, la información está al control de quien tenga disponible acceso a internet, lo que provoca tener más en cuenta la inmediatez. (Barrios Rubio, 2014) Asimismo, exige mayor esfuerzo para se un periodista que se adapte a las nuevas tecnologías con actitudes y aptitudes que exploren y aprovechen las tecnologías, sin olvidar los principios básicos el periodismo. Tomando en cuenta que, en una sociedad que se mantiene constantemente informada y hasta puede hacer uso de sus propios instrumentos para transmitir una noticia e informar, no es una acción total de periodismo. (Escudero Ortega, 2020)

2.3.7 Plataformas y herramientas digitales

Existen grandes aspectos que diferencian a los medios tradicionales como la radio, televisión y prensa escrita de la comunicación digital o news-media. Estos cambios que se han producido por los avances tecnológicos, generaron otras formas de realizar la labor periodística y cómo el oyente o lector la percibe.

El periodismo en la era digital nos permite abarcar en un solo medio de comunicación una imagen, audio, texto, videos o gifs, a esto se le denomina multimedialidad. A diferencia de

los medios tradicionales solo se permitía el audio (radio) o imagen y audio (televisión). Ahora podemos redireccionar la información que el receptor desea según sus intereses, gracias a los algoritmos, a esto se le denomina hipertextualidad. Por último, la interactividad es mayor punto de cambio, ya que este ha logrado la comunicación con retroalimentación o feedback entre el medio comunicacional y su audiencia, creando la comunicación de masas o convirtiéndose el mismo público el que produzca nuevos contenidos. (Valls Arnau, 2015)

El periodista digital, ahora hace uso de plataformas como las redes sociales o páginas web con características propias donde se crea el contenido y se publica, este puede ser un contenido superficial o de investigación profunda, artículos, crónicas, reseñas, entre otros. Sin importar que pirámide invertida se utilice, en ocasiones un buen título es la mejor oportunidad para llamar la atención del usuario, por lo que es también importante saber cómo funcionan estas plataformas, como la web. (Franco, 2008)

En el periodismo digital se ha generado nuevas formas de creación de textos, mediante una publicación, en donde lo más importante es la interacción que se obtenga, aquí no solo se siguen los principios del periodismo como tal, sino las características del internet. Tomando en cuenta los géneros, estilos periodísticos de los medios tradicionales, pero con cambios, creando un nuevo diseño, codificación del mensaje a compartir. (Moreno Espinosa, 2017)

En la actualidad, las plataformas digitales son el principal medio de comunicación. Los cambios en la narrativa, producción, la respuesta de sus audiencias o comunidades, implementación de modelos de negocio, son algunos de las diferencias ante su utilización. (Puente Martínez, 2019) Denominadas también plataformas virtuales, están construidas mediante espacios en Internet donde se puede utilizar varias aplicaciones con el objetivo de mejorar y facilitar la realización de la tarea que ejecutar dependiendo del tipo de problemática y necesidad del usuario. (Giraldo, 2019)

La realidad en la que se encuentra ahora el periodista, se ha visto obligada a unir la creatividad con lo que ya conoce sobre los medios de comunicación y buscar otras maneras que crear productos periodísticos. Es un hecho que en esta era la información es más rápida. Y las diferencias no solo se quedan en lo que ve el público, sino en el proceso que lleva el periodista al hacer su trabajo. La esferográfica, libretas, grabadoras de voz, fuentes, ahora son remplazadas por una agenda o notas digitales, contactos, la nube para guardar archivos, aplicaciones y páginas. Todos estos recursos habilitados en la web, herramientas o tecnologías han permitido facilitar y mejorar el trabajo periodístico. (Puente Martínez, 2019)

Tabla 3

Herramientas periodísticas y plataformas digitales

Herramientas	Usos
<i>Flipboard, Feedly, Nuzzel, Geofeedia, Feedly</i>	Rastreo y geolocalización de noticias Identificador de tendencias, monitoreo de contenido por ubicación.
<i>Twitonomy</i>	Aporta con las estadísticas en tu cuenta de Twitter, todo lo que necesitas conocer para que tu contenido tenga mayor alcance y conocer mejor a tu audiencia.
<i>Call a Journalist</i>	App que da la oportunidad al público de enviar información a los periodistas si han sido testigos de algún suceso específico. También es una red entre colegas que permite agilizar el proceso de obtención de información y fuentes.
<i>Dilmot,</i>	Realizar entrevistas, preguntar a su público, vincular con otras redes para su publicación.
<i>Kik</i>	Mensajería segura sin vinculación a números telefónicos ni redes sociales, solo utiliza tu correo.
<i>Audioboom,</i>	Recursos de audio para añadir a tus videos
<i>Tiki-Toki</i>	Creación de linead de tiempo online.
<i>ACR, Sound Note</i>	Grabación de voz y llamada
<i>CamScanner</i>	Aplicación para escanear por medio de la cámara del celular y convertir la imagen en diferentes formatos.
<i>Storify</i>	Permite crear las historias para las redes sociales ya sean imágenes o textos.
<i>Knovio, Moovly</i>	Graba videos y permite agregar audio por medio de presentación de diapositivas. Tus presentaciones, se verán más profesionales.
<i>Raw Graphics</i>	Aplicación que ofrece herramientas para crear visualizaciones de datos complejos mediante gráficos interactivos.

<i>Adobe Spark Post</i>	Creador de imágenes vinculado con las redes sociales para su publicación.
<i>Atavist</i>	Procesador de textos modernos, permite una experiencia con recursos multimedia para redactar.
<i>Tableau</i>	Preciso para el periodismo de datos. Te ayuda a realizar gráficos interactivos.
<i>Sync.In</i>	Trabajo en equipo online, editor de texto entre diferentes personas
<i>Duck Duck Go, Public Insight Network, Reportaro,</i>	Buscadores de contenido
<i>Hootsuite, Agora Pulse, Buffer</i>	Permite automatizar las publicaciones en redes sociales.
<i>Pocket, OneDrive, Google Drive, Dropbox</i>	Nube para guardar documentos y archivos
<i>Photoshop, Lightroom, PicsArt, Pixlr, PicMonkey, Portraits to text</i>	Edición de fotografía
<i>Vengage, Canva, Flipboard, Prezi, Infogr.am, Piktochart</i>	Ofrece plantillas, gráficos y más para crear infografías, informes, publicaciones, entre otros.
<i>Videoleap, Inshot, Splice</i>	Edición de video
<i>MojoReporter</i>	App para periodistas, aquí se comparte contenido entre los colegas de diferentes formatos, permite la ubicación en GPS
<i>Squid</i>	Escribir notas
Plataformas digitales	Usos
<i>Youtube, Facebook Live, Twich</i>	Video directo mediante streaming
<i>Wix, Google Sites</i>	Creación de sitios web
<i>Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, TikTok, Spotify, Apple podcast, Google Podcast.</i>	Medios para compartir información en diferentes formatos multimedia.

Nota. Herramientas periodísticas mencionadas en los trabajos de (Puente Martínez, 2019) (Crucianelli, 2013) (Martínez, 2019) (Romero, 2019) y (Ferrer Caballero, 2017)

2.3.8 Narrativas periodísticas

El periodismo no es solo recabar información solo con datos de las paginas o publicaciones de los medios de comunicación. Buscando que el producto periodístico funde conocimiento por lo que es importante no perder la línea entre la realidad y la información a contar, que la misma este analizada, interpretada y explicada por lo que se denomina como relato donde se observen los motivos, causalidades, efectos, cualidades, motivaciones, propósito, entre otros. (Capdevila González , 2013)

Con el pasar del tiempo no solo han avanzado las tecnologías y herramientas para realizar el periodismo, sino también la forma de expresarlo, con lo que nacen nuevas narrativas que no reemplazan los antiguos géneros sino, se juntan, complementan y mejoran el contenido creando nuevas y sobresalientes formas de expresar. (Betancur, 2017)

Juan Gonzalo Betancur (2017) afirma que en los últimos años que la aparición de estas nuevas narrativas periodísticas no se debe solo a los avances en tecnología, más bien es un resultado de la falta de la misma, como en medios impresos tradicionales, logrando buscar nuevas alternativas y oportunidades mediante la innovación, experimentación de otras herramientas con las que se ha creado nuevas plazas de trabajo, nuevos modelos de negocio, etc.

Otro rasgo de esto también se evidencia en los “prosumidores” quienes también se llevan el mérito, el hecho de ser consumidor y productor, lo que forma su nombre, hace que existan más fuentes de información, porque lo ambiciosos que son a ellas, especialmente cuando son nuevas o si ellos mismos las crean. Sus objetivos principales se centran en: estar muy informados y de distintas plataformas, producen su propio contenido y saben identificar los errores y puntos fuertes de las marcas que consumen. (Da Silva, 2020)

En el pasado, antes del internet se creía que un medio de comunicación sustituirá a otro, sin embargo, con los medios digitales y sus avances, no es igual. Así lo afirma Maria Antonia Ruiz (2017) hoy, nuevas creación son un arma para potenciar lo que ya se hace, asimismo contribuir a la diversificación y difusión de la información con el objetivo de llegar a mayores cantidades de audiencias o comunidades.

Ahora las salas de redacción se han transformado en “laboratorios de innovación periodística” como les denomina Ruiz, allí, se exploran nuevos formatos que cumplen con los principios del periodismo, la necesidades y derechos de los ciudadanos.

Mediante la siguiente tabla, se especificarán las nuevas narrativas que se han explorado por los avances de la tecnología, creatividad, innovación y herramientas periodísticas utilizadas. Estas narrativas, también han sido nombradas como elementos, pero todos son medios que, con base a la creatividad de los distintos periodistas, programadores, diseñadores y más, han logrado buscar nuevas formas para narrar las historias, contar la verdad o exponer distintos hechos.

Tabla 4

Nuevas narrativas periodísticas

Entrevista digital	Cómic periodístico	Gif informativo
Newsgame	Imagen fija o interactiva	Imagen yuxtapuesta
Línea de tiempo interactiva	Reportaje gráfico en video	Reportaje inmersivo (video con imágenes de 360°)
Selfie informe audiovisual	Realidad virtual	Twitter-crónica
Twitter-entrevista	Videocolumna de opinión	Visualización de datos
Paisaje sonoro	Imagen fija panorámica de 180 y/o 360 grados	Infografía
Geo-referenciación periodística	Cómic periodístico interactivo	Historia
Entrevista dibujada	Cómic animado de opinión	Meme informativo
Visualización de relaciones	Video en 360°	Realidad aumentada
Plataformas hipertextuales	Web transmedia	Series transmitidas en Tv o redes sociales
Infografías tridimensionales	Sonido Inmersivo	Periodismo dron
Hilos en Twitter o Facebook	Periodismo transmediático	Periodismo inmersivo
Periodismo de laboratorio	Periodismo viral	Crónica de inmersión
Geoperiodismo	Imágenes interactivas	Visualización de la información
Periodismo de datos		Periodismo de laboratorio

Nota. Datos tomados de los trabajos investigativos de (Ruiz, 2017) y (Betancur, 2017)

Para (Ruiz, 2017) temas importantes como el cambio climático, la corrupción, atentados terroristas y más, se han implementado con estos nuevos formatos aportando un estilo único en su narrativa. De la misma manera, (Betancur, 2017) menciona que todo esto es un

universo amplio, rico, versátil, que aún se encuentra en crecimiento e “ira forjando el nuevo rostro del periodismo de esta centuria”.

Y a que vienen estas narrativas periodísticas, se mantienen como nuevas herramientas que con lo digital nació y mejoro su uso, sin embargo, su gran utilidad, innovación y constante evolución hace compararlos con los géneros y las narrativas tradicionales, en las que estas nuevas podrían agregarse con el pasar de los años, pero como géneros híbridos, ya que diversas formas tradicionales también contienen hibridez como las recientes. La hibridez de los géneros no solo se ve en el tema periodístico sino todo, como la literatura o el cine, porque la mezcla de varios recursos configura un nuevo o mejor mensaje. (Betancur, 2017)

“Las nuevas narrativas son múltiples y variables, y muchas de ellas se encuentran en un estado incunable, en una fase de búsqueda. Videojuegos, documentales interactivos, arte digital interactivo, digital storytelling, mobile storytelling, social media narrative, etc. Al mismo tiempo que la convergencia y la retroalimentación, se está produciendo una bifurcación y fisión de las formas narrativas en el entorno digital”. (Pérez & Pérez, 2019, pág. 132)

2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para alcanzar los objetivos planteados, el tipo de investigación a realizar será cualitativo. Debido a que la investigación cualitativa es inductiva, nos ayudara a comprender y desarrollar conceptos partiendo de los datos que conocemos. Asimismo, este tipo de metodología produce datos descriptivos por parte de persona afines de manera oral o escrita, su diseño de investigación es flexible y de igual manera se puede observar la conducta. (Quecedo Lecanda & Castaño Garrido, 2003)

Se utilizó una ficha de observación para indagar acerca de las diferencias entre los géneros periodísticos que ya están establecidos y las nuevas narrativas periodísticas. Por lo que se usara una ficha para determinar las herramientas, plataformas y narrativas aplicadas en los

diferentes casos de los medios de comunicación digital: The New York Times, el Diario y El País. Este método de observación es una técnica que recolecta datos de la misma manera en que ocurrieron y en el tiempo exacto. (Velasco, 2015)

Asimismo, mediante los medios de comunicación digitales ecuatorianos, El Universo, El Comercio, el Telégrafo y Expreso; De igual forma en los medios digitales de la provincia de Los Ríos, Babahoyo al día y El Detective, El Vocero y Aldia.com.ec donde se utilizará una tabla para analizar, determinar los géneros periodísticos utilizados, y su establecer las diferencias con los medios internacionales.

Por otro lado, utilizando la plataforma online, zoom para video llamadas se realizará entrevista al medio digital babahoyense “El Detective”, a cargo del Lcdo. Bolívar Moyano, “Babahoyo al día” con el Lcdo. Marlon Goya y el Lcdo. Pedro Benites, creador de contenido acerca de deportes, utiliza YouTube y creo su canal denominado “Galería del gol”. Con el fin de abordar temas, acerca de los géneros periodísticos que utilizan, los cambios en la labor periodística, las herramientas que usan para crear su contenido y la diferencias al trabajar en medios digitales o tradicionales.

Es importante establecer los cambios que existen en forma de realizar la labor periodista con las nuevas narrativas periodísticas, y tener en cuenta acerca del conocimiento sobre las capacidades que debe tener un periodista del siglo XXI que desea estar inmerso en toda la era digital y transmedia. Del mismo modo, analizando la diferencia que existe entre el periodista nacional e internacional y sus formas variadas de ejercer su profesión. Por este motivo, utilizando el instrumento de entrevista a profundidad, realizaremos un cuestionario de preguntas ya establecidas a tres profesionales de la comunicación para así comprender desde su perspectiva los cambios, adaptaciones, herramientas y plataformas digitales que utiliza en su trabajo.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

2.5.1 Datos e información recolectada de los medios de comunicación digitales

En esta investigación, fue primordial elegir diferentes publicaciones, investigaciones o proyectos multimedia de medios de comunicación digitales internacionales, nacionales y provinciales para determinar las diferentes narrativas y géneros utilizados, mediante las fichas de observación.

Medios de comunicación digitales internacionales

La tierra esclava: en diferentes artículos se lo ha denominado una investigación periodística, reportaje multimedia o periodismo transmedia elaborado por el Diario.es de España en colaboración con El Faro del Salvador en el 2017. Ganador de los siguientes premios: Contenido de Media Party 2018 y una mención de honor en la categoría de Periodismo de Datos de los premios de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Su objetivo principal es narrar las plantaciones de productos en países pobres para vender en países ricos y fue publicada en un *microsite* (o micrositio, es una página web dedicada para un tema específico) del medio de comunicación digital creador.

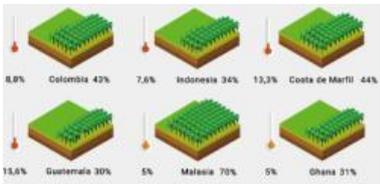
De acuerdo con las características digitales, la tierra esclava, contiene hipertextualidad, por la forma en que presenta los reportajes, los hipervínculos a sus redes sociales; multimedialidad, por los diversos, formatos a excepción de audio y video, este proyecto tiene es mas de fotografías, animaciones y gráficos. No hay interactividad entre el usuario y la información propuesta, solo se puede compartir en otras redes, mas no comentar.

Lo primero que podemos observar en este reportaje multimedia es una gran fotografía de fondo con el nombre de “La tierra esclava” como título y “Así se planta en países pobres para consumir en países ricos” como subtítulo, asimismo nos presenta un resumen del proyecto acompañado de una sinopsis que te da la opción de continuar o visitar cada reportaje.

Solo en el resumen ya nos comparten texto, imágenes, dibujos en 3D, infografías, animaciones, mapas interactivos y un buscador que te permite conocer datos por país acerca del comercio de las plantaciones. Toda una presentación del proyecto que mientras vas leyendo te lleva a querer conocer más información sobre el tema.

Tabla 5

Recursos encontrados en el reportaje “La tierra esclava” (resumen de página principal)

<i>Texto</i>	<p>‘La tierra esclava’ es un proyecto de investigación sobre las plantaciones de café, azúcar, cacao, banano y palma en cuatro países: Colombia, Guatemala, Honduras y Costa de Marfil. Son cultivos con algo en común: se siembran por manos pobres en grandes extensiones de terreno para luego ser exportadas a los países ricos.</p> <p>Hemos encontrado estructuras empresariales de cártel, corrupción de las instituciones, relación con tramas criminales, erosión salvaje del medioambiente y una relación colonial con Europa.</p>	<i>Imágenes</i>													
<i>Infografías</i>	 <table border="1"> <tr> <td>8,8%</td> <td>Colombia 42%</td> <td>7,6%</td> <td>Indonesia 34%</td> <td>13,3%</td> <td>Costa de Marfil 44%</td> </tr> <tr> <td>13,6%</td> <td>Guatemala 30%</td> <td>5%</td> <td>Malasia 70%</td> <td>5%</td> <td>Ghana 31%</td> </tr> </table>	8,8%	Colombia 42%	7,6%	Indonesia 34%	13,3%	Costa de Marfil 44%	13,6%	Guatemala 30%	5%	Malasia 70%	5%	Ghana 31%	<i>Animaciones</i>	
8,8%	Colombia 42%	7,6%	Indonesia 34%	13,3%	Costa de Marfil 44%										
13,6%	Guatemala 30%	5%	Malasia 70%	5%	Ghana 31%										
<i>Dibujos en 3D animados</i>		<i>Dibujos</i>													
<i>Mapas interactivos</i>		<i>Buscador</i>													

Nota. Datos tomados del microsite la tierra esclava elaborado por (eldiario.es, 2017)

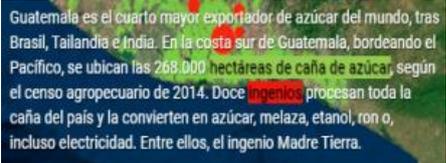
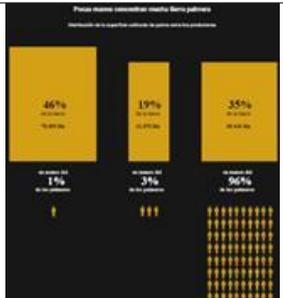
Este proyecto se divide en diferentes reportajes: El cartel del azúcar de Guatemala, Pobreza, cacao y niños con en Costa de Marfil, Las tierras robadas por los bananeros en Colombia, La agonía del café colombiano y Honduras no quiere bosque, quiere aceite de planta.

Donde se ingresa a partir del nombre del producto, azúcar, cacao, banano, café o palma africana; al dar clic en uno de los nombres junto con la imagen te redirige al reportaje.

En cada uno de los reportajes multimedia encontramos diferentes tipos de géneros periodísticos, recursos, medios y características propias de la web. Los cinco apartados se manejan mediante *scroll*, con solo desplazar hacia abajo aparecen distintas formas tecnológicas, narrativas o estructuras periodísticas para contar los temas del proyecto. Estos son utilizados para dar una imagen, un rostro, pruebas ante el texto. No hay un solo espacio de fondo que no contenga una fotografía o gif relacionado a lo que se lee y que va cambiando poco a poco.

Tabla 6

Medios que utiliza para contar la historia

<i>Texto</i>	<i>Gif</i>	<i>Fotografías</i>																												
 <p>Guatemala es el cuarto mayor exportador de azúcar del mundo, tras Brasil, Tailandia e India. En la costa sur de Guatemala, bordeando el Pacífico, se ubican las 268.000 hectáreas de caña de azúcar, según el censo agropecuario de 2014. Doce ingenios procesan toda la caña del país y la convierten en azúcar, melaza, etanol, ron o, incluso electricidad. Entre ellos, el ingenio Madre Tierra.</p>																														
<i>Gráficas</i>	<i>Informes, anexos o documentos</i>	<i>Infografías</i>																												
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dividir ríos</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Contaminación de agua</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Discriminación</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Otra contaminación</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Contaminación por quemar de caña</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Contaminación por fertilizantes</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Valor	Dividir ríos	8	Contaminación de agua	6	Discriminación	3	Otra contaminación	3	Contaminación por quemar de caña	2	Contaminación por fertilizantes	2		 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Porcentaje</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>46%</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>19%</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>25%</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>1%</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>3%</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>96%</td> <td>...</td> </tr> </tbody> </table>	Porcentaje	Descripción	46%	...	19%	...	25%	...	1%	...	3%	...	96%	...
Categoría	Valor																													
Dividir ríos	8																													
Contaminación de agua	6																													
Discriminación	3																													
Otra contaminación	3																													
Contaminación por quemar de caña	2																													
Contaminación por fertilizantes	2																													
Porcentaje	Descripción																													
46%	...																													
19%	...																													
25%	...																													
1%	...																													
3%	...																													
96%	...																													

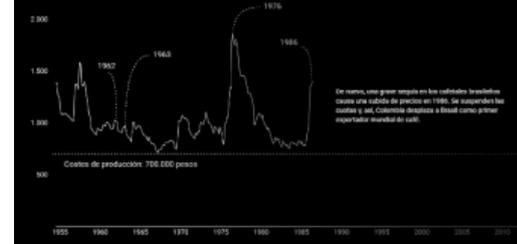
Nota. Datos tomados del microsite la tierra esclava elaborado por (eldiario.es, 2017)

Por otro lado, en lo que se refiere a géneros periodísticos, ya sean los que están establecidos o los aquellos que se han forjado con el mundo digital, en este proyecto se encontró: redacciones noticiosas, crónicas, reportajes, entrevistas, artículos, visualización de la

información, de relaciones, geoperiodismo, periodismo narrativo, geo-referenciación periodística, estos géneros son utilizados para facilitar la lectura y que el mensaje se reciba con mayor claridad.

Tabla 7

Géneros periodísticos encontrados en la tierra esclava

<p><i>Geoperiodismo</i></p> <p>Este proyecto se destaca por la forma en la que han se implementó, mientras se desplaza hacia abajo va acercando la ubicación, aparte mediante textos cortos se explica el lugar que va recorriendo y que sucede allí.</p>				
<i>Noticia</i>	<i>Entrevista</i>	<i>Artículos</i>	<i>Periodismo narrativo</i>	<i>Crónica</i>
<p>Estos géneros se demuestran mediante la redacción de los reportajes. Cabe recalcar que</p>				
<p><i>Visualización de datos/ información</i></p>				
			<p><i>Periodismo transmediático</i></p>	

Nota. Datos tomados del microsite la tierra esclava elaborado por (eldiario.es, 2017)

La tierra esclava, posee una estructura en pirámide invertida de tercer nivel, según Guillermo Franco (2008) esta estructura se divide por pirámides flotantes que se dividen en varias páginas, el receptor será quien elige donde quiera iniciar a leer, los temas no tienen mayor importancia entre ellos, porque aquí se construye una propia pirámide invertida.

Cabe recalcar, que para lograr este trabajo necesitaron de una gran cantidad de periodistas, cada uno con un papel en específico, contando también a diseñadores, editores,

analistas, reporteros, fotógrafos, desarrolladores de microsite, periodistas de datos, etc. Personal dividido entre los dos medios de comunicación digital entre El Faro y el Diario.es.

Snow Fall: The Avalache at Tunnel Creek (Caída de nieve) Avalancha de Tunnel Creek: este proyecto investigativo, reportaje multimedia o periodismo de larga duración (así lo nombran en otros medios o páginas web) fue elaborado por el The New York Times, presentado en un microsite donde se narra la travesía de los esquiadores atrapados en la avalancha de las montañas Cascade. Es ganador del premio Pulitzer y el premio Peabody. Este reportaje se destaca por contener diversos géneros, y todos los formatos multimedia, hipertextualidad e interactividad.

Por consiguiente, está estructurado con base a la pirámide invertida de tercer nivel, al igual que la tierra esclava, ya que está dividida por capítulos que se presentan en diferentes páginas del micrositio, junto con un apartado para que el usuario pueda compartir en sus redes o comentar en el foro donde el mismo reportero creador, John Branch, reportero de deportes en el medio, responde las dudas u opiniones.

No obstante, elaborar un producto periodístico como este conlleva contar con un grupo o equipo capacitado que aporte con tareas específicas para que se lleve a cabo el proyecto, y Snow Fall no es diferente a esta idea, ya que contó con la colaboración de casi 20 profesionales en video, diseño, gráficos que con seis meses de arduo trabajo consiguieron publicarlo en el 2012, y en lo que se refiere a este tipo de formato *long form* o periodismo de larga duración, “SnowFall” fue un punto de cambio para las siguientes publicaciones de los medios de comunicación del mundo. (Nafría, 2017)

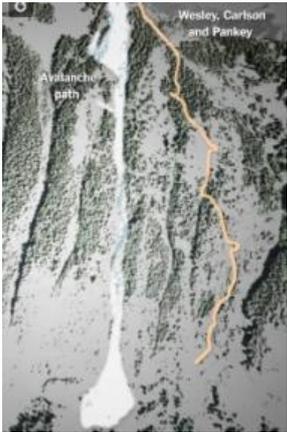
Una historia larga, con contexto, que se puede ver desde cualquier plataforma web, el celular, tableta o pc. La caída de la nieve, en español, presenta una unión entre el periodismo narrativo, geoperiodismo, crónica de inmersión, reportajes, entrevistas, visualización de datos,

paisaje sonoro; su patrón de lectura es en F, ya que el texto siempre está ubicado en bloque a la izquierda, mientras que las imágenes o videos agregados van a la derecha.

Este reportaje multimedia, rompió diferentes barreras, en lo que se refiere a utilizar diferentes narrativas y elementos para contar los hechos. Los periodistas, pensaron en mostrar los hechos visualmente y crear una experiencia, no solo visual sino auditiva para que el usuario imagine que estuvo en el lugar de lo sucedido, asimismo la redacción y los videos mostrados complementan la historia y permite que el receptor empatice con las personas o el tema presentado.

Tabla 8

Géneros periodísticos encontrados en el reportaje multimedia “Snow Fall”

<i>Noticia</i>	<i>Entrevista</i>	<i>Artículos</i>	<i>Periodismo narrativo</i>	<i>Crónica de inmersión</i>
Estos géneros se demuestran mediante la redacción de cada capítulo, se podría decir que cada uno de los géneros se une en uno solo para concluir con el periodismo narrativo, en algunas partes de los capítulos este contiene a la noticia, la entrevista, artículos y se convierte en una narración completa para narrar los datos obtenidos.				
<p>Visualización de datos/información Esto se refiere a cada uno de los datos representados mediante elementos visuales o gráficos, por ejemplo la siguiente animación.</p>			<p>Geoperiodismo Al tratarse de un tema que involucra un lugar tan grande, para lograr que el usuario ubique cada lugar de los hechos y conozca el lugar exacto, utilizaron un mapa animado que va ubicando el recorrido mediante se va leyendo.</p>	
<i>Periodismo transmediático</i>			<i>Periodismo de datos</i>	

Nota. Datos tomados del microsite perteneciente al The New York Times (2012)

De forma similar, sus redacciones van acompañadas de los medios por formatos multimedia. Al ingresar a la página lo primero que observa el usuario es un gran gif de las

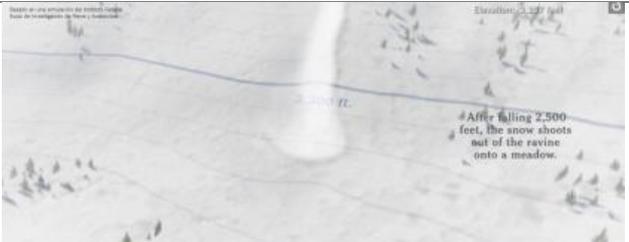
montañas, que empieza a colocarlos en el contexto de lo que leerán junto con el audio que los transporta al lugar de los hechos.

Asimismo, ya sea del lado izquierdo o derecho se muestran fotografías, videos, animaciones explicativas, infografías animadas, audios de los entrevistados, audios del 911, y un documental, este se encuentra en la parte final del último capítulo.

La siguiente tabla manifiesta los medios que uso Snow Fall para narrar los hechos, estos van acompañados con el texto:

Tabla 9

Medios que utiliza para contar la historia “Snow Fall”

<i>Texto</i>	<i>Gif/Animaciones</i>
<p>☒ Saugstad was mummified. She was on her back, her head pointed downhill. Her goggles were off. Her nose ring had been ripped away. She felt the crushing weight of snow on her chest. She could not move her legs. One boot still had a ski attached to it. She could not lift her head because it was locked into the ice.</p>	
<i>Audio</i>	<i>Simulaciones</i>
	
<i>Infografías animadas</i>	<i>Animaciones en 3D</i>
	
<p>Este formato explica como crecieron las capas de nieve</p>	
<i>Fotografías</i>	<i>Videos</i>



Nota. Datos tomados del microsite perteneciente al The New York Times (2012)

El mapa de la muerte: este proyecto se lo ha definido con diferentes nombres, un informe especial, reportaje, informe multimedia o reportaje multimedia. Su objetivo es narrar respuestas que aporten a comprender el por qué de la violencia en Cali junto con sus repercusiones. Fue un trabajo de cinco periodistas y diseñadores del medio de comunicación El País de Cali para su publicación en el 2017 en un micrositio, con el que ganó el premio Gabriel García Márquez de periodismo en la categoría “Cobertura” y el Premio Alfonso Bonilla Aragón 2017.

Al igual que los demás reportajes multimedia analizados con anterioridad contiene varios géneros periodísticos, herramientas, medios y características digitales, sin embargo, es un proyecto que continúa actualizándose con más información y utilizo herramientas gratuitas para la elaboración de algunos elementos visuales por medio de las plataformas: Infogram y StoryMapJS. En este proyecto se destaca el uso del periodismo de datos, geoperiodismo y los recursos multimedia, como el video en 360°.

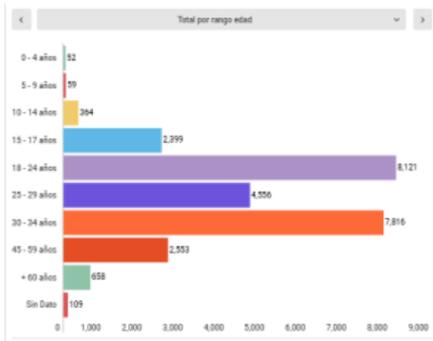
Tabla 10

Géneros periodísticos encontrados en el reportaje multimedia “Snow Fall”

<i>Noticia</i>	<i>Entrevista</i>	<i>Artículos</i>	<i>Periodismo narrativo</i>	<i>Crónica de inmersión</i>
Estos géneros se demuestran mediante la redacción de cada tema, abordado, se podría decir que cada uno de los géneros se une en uno solo para concluir con el periodismo narrativo, al igual que el caso de Snow Fall.				

Visualización de datos/ información

Geoperiodismo: Aquí se evidencia mediante un mapa de Cali en donde conforme se avanza la imagen te presenta el lugar y dirección exacta en el mapa interactivo.



Periodismo transmediático

Periodismo de datos

Nota. Datos tomados del microsite perteneciente al The New York Times (2012)

En la siguiente tabla se detallan los medios o formatos que los periodistas, fotógrafos y diseñadores utilizaron para crear este producto periodístico.

Tabla 11

Medios que utiliza para contar la historia en el reportaje “El mapa de la muerte”

Texto

La geografía de los asesinatos en Cali

El color naranja identifica las 22 comunas y el amarillo los 5 barrios con más crímenes. Pase el cursor sobre los círculos para ver la información. Click en cualquier zona para mover el mapa.

Gif/Animaciones

Las guerras de los narcos
(2001 a 2011)

Infografías fijas

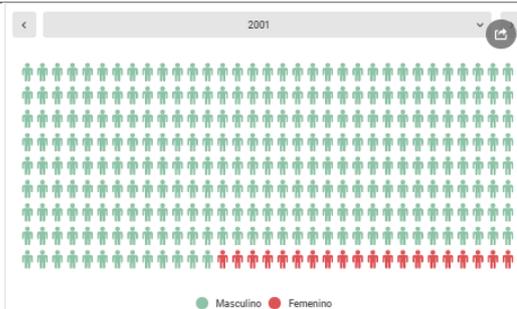


Videos (jóvenes asesinados en Cali)



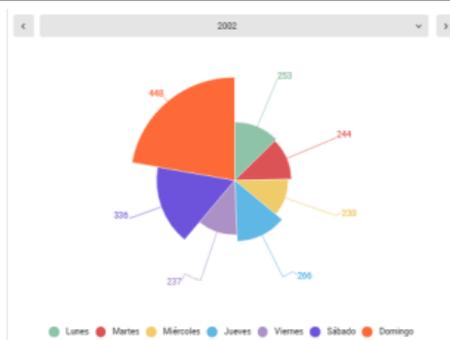
Infografías interactivas

Video 360°: Una noche con la Unidad de Reacción inmediata (URI) de la Fiscalía



Fotografías

Estadísticas



Nota. Datos tomados desde el microsite “La muerte esclava” creado por (El País, 2017)

Es evidente la diversidad de elementos que posee “El mapa de la muerte” para llegar a lo que es, los periodistas realizaron un exhaustivo trabajo de periodismo de datos y periodismo asistido por computador (PAC) que según lo que expresa (Crucianelli, 2013) la diferencia entre ambos está arraigada en el volumen de información que se maneje, mientras más información se registre se denominara periodismo de datos, y PAC sería todo lo contrario.

Al tratarse de datos a descubrir, lo más importante fue esto, descubrir hechos no descifrados u ocultos para descifrar el por qué de la violencia y así presentarla con elementos multimedia. Hay que destacar también, el foro de opinión que ofrece al final para que los usuarios opinen, además cuenta con hipervínculos y con la opción de compartir en redes sociales.

A medida que se ha expuesto los diversos géneros periodísticos que existen y se han aplicado desde hace mucho tiempo en la redacción periodística, hay otros que han ido apareciendo o evolucionado, al igual que las herramientas o medios para narrar la historia.

Dado que en este trabajo investigativo se han nombrado varios, es necesario mostrar otros géneros o narrativas que no se ha encontrado en los reportajes multimedia ya analizados.

Por ese motivo se distribuirá en la siguiente tabla los géneros periodísticos encontrados en los reportajes multimedia de los medios digitales el Datadista, Zeit Online y The Washington Post. Estos reportajes contienen formatos multimedia, infografías, estadísticas, utiliza el periodismo de datos, geoperiodismo, entre otros. Sin embargo, las siguientes publicaciones mediante microsite destacan por el modo en que usan la tecnología para explicar su tema.

Involucrar un juego o representaciones en 3D, no es solos una forma diferente de narrar los hechos sino una manera de atraer la atención del usuario, que participe en el producto periodístico y que se instruya de todo el contexto.

Tabla 12

Géneros periodísticos o nuevas narrativas destacadas de otros medios digitales

Desmontando El Algarrobico (2019)	
<p style="text-align: center;">Gamificación</p> <p>El usuario puede ir desmontando planta por planta el hotel para ir descubriendo más información sobre el tema.</p>	
Los niños soldados olvidados de Uganda (2015)	
<p style="text-align: center;">Cómic animado</p> <p>Mediante dibujos animados se plasma la historia de los niños soldados, mientras se lee y ves su historia dibujada es como se ellos estuviesen contando lo que les sucedió.</p>	
How does an autonomous car work (¿Cómo funciona un coche autónomo? No muy bien) 2019	

Experiencia inmersiva en 3D

El usuario puede ir desplazándose dentro del microsite. A medida que lees te da la opción de seguir mientras con la experiencia inmersiva en 3D va explicando el funcionamiento del carro autónomo.



Medios que utiliza para contar la historia

<i>Desmontando El Algarrobico (2019)</i>	<i>Los niños soldados olvidados de Uganda (2015)</i>	<i>How does an autonomous car work (2019)</i>
<ul style="list-style-type: none">- Texto- Animaciones- Dibujos- Fotografías- Elementos en 3D (Gamificación)- Videos- Mapas- Documentos, informes- Simulaciones- Líneas de tiempo- Links	<ul style="list-style-type: none">- Animaciones- Texto- Fotografías- Dibujos	<ul style="list-style-type: none">- Texto- Links- Elementos en 3D

Nota. Datos tomados de (The Washington Post, 2019) (Datadista, 2019) (Zeit Online, 2015)

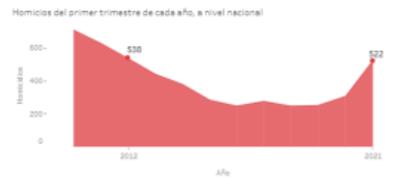
Medios de comunicación digitales nacionales

Narcotráfico, asesinatos, femicidios, robos, los delitos en alza que afectan a Ecuador y que debe combatir el nuevo Gobierno: Esta publicación mediante la página web del medio de comunicación “El Universo” dentro de la sección de noticias, se centra en expresar cifras acerca de la violencia y los ilícitos que ocurren en el Ecuador. Se eligió esta noticia para realizar una comparación con el trabajo que realizan los periodistas internacionales, sin embargo, no se encontró un trabajo investigativo así. Se optó por seleccionar una noticia que analice cifras, datos estadísticos sobre temas relacionados para encontrar más formatos en el producto periodístico. Porque, el medio no cuenta con una sección o reportajes o narrativas multimedia similares, a más de los videos que publican en su canal en YouTube y la sección de videos, contando su apartado de fotogalerías. No obstante, el medio

de comunicación ecuatoriano si utiliza algunos formatos multimedia para exponer los hechos, tales como los siguientes:

Tabla 13

Géneros periodísticos encontrados en la noticia del medio digital “El Universo”

Noticia		
Elementos multimedia		
Infografía	Texto	Fotografías
	<p>Más droga incautada, 128,41 toneladas en 2020, que representan 46,21 toneladas adicionales a las de 2019. Y en este 2021, hasta el 25 de mayo, iban 59,55 toneladas decomisadas.</p> <p>Y un incremento de casos en los seis tipos de robos más denunciados en Ecuador en este 2021 (como se muestra en los gráficos) son solo una muestra de la inseguridad. Y aquellos problemas requieren una pronta e integral atención, coinciden expertos consultados por este Diario.</p>	
Estadísticas/Datos	Links	Mapa (tableau public)
	<p>Cosepe se reunirá en los próximos días para avanzar en el tratamiento de temas de seguridad 'cruciales' para el gobierno de Guillermo Lasso</p>	

Nota. Datos tomados de la página web del (El Universo, 2021)

Mapa de femicidios en Ecuador es ‘horrible pero necesario’: Creado por Mariela Rosero y publicado en la página web del medio de comunicación “El Comercio” que al igual que el medio ecuatoriano anterior, en sus noticias publicadas, específicamente en la sección de actualidad, encontramos este producto periodístico con una infografía, texto, links que se identifican mediante el color celeste dentro del texto y fotografías.

Tabla 14

Géneros periodísticos encontrados en la noticia de “El Comercio”

Noticia	
Elementos multimedia	
Infografía	Texto



En mensajes de WhatsApp le cuentan: “Compañera, otro caso de femicidio en x provincia”. Y enseguida le escriben detalles que no quisiera leer, como: “el jueves pasado, la señora salió de su casa desnuda, con sus hijos; pedía ayuda. La Policía le extendió una boleta de auxilio. A la semana, el marido la mató y se suicidó”.

Links

“Nuestros cuerpos no se tocan, n
**consigna. Jeanneth Cervantes, Orgánica Integral para la Pr
violencia de género sigue en j
entre el 25 y 26 de noviembre de
Ministerio de Justicia fue elimi**

Fotografías



Nota. Datos tomados por la página web del (El Comercio, 2018)

En la página web hay una parte de multimedia junto con la sección de opinión y blogs, dividido por la galería de fotografías y videos, que publican también en su canal en YouTube con bastante regularidad, y no solo reportajes y videos que ya están en su página, también entrevistas. Incluso, ante los medios de comunicación digitales ecuatorianos escogidos, El Comercio es el único que presenta una sección dedicada al periodismo de datos, asimismo utiliza la visualización de datos para elaborar sus productos periodísticos.

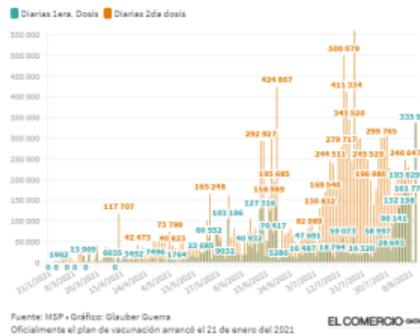
Tabla 15

Géneros periodísticos encontrados en la publicación de “El Comercio”

Elementos y géneros
Periodismo de datos y visualización de la información

El número de primeras y segundas dosis que se están aplicando cada día en Ecuador

Total 1ra.dosis: 9 941 095
Total 2da.dosis: 3 794 540



Fuente: MSP • Gráfico: Glauber Guerra
Oficialmente el plan de vacunación arrancó el 21 de enero del 2021
EL COMERCIO

Texto

Con el pie puesto en el acelerador de la **vacunación**, Ecuador ha cubierto con inmunización completa (dos dosis) al 11% de sus 17,7 millones de habitantes, hasta el 17 de julio del 2021, último día con **datos oficiales** disponibles. Esto significa que aún hay un largo camino por recorrer hasta que la población en general esté protegida del letal virus.

Links

Esta aceleración en la **administra** como **Our World in Data**, ubique al más alto de dosis diarias administradas.

Fotografías



Nota. Datos tomados en la página web del (El Comercio, 2021) sección DATA

Estadística Mundial muestra que Ecuador manejó adecuadamente la pandemia: con fotografías, hipervínculo de la publicación en redes sociales, en este caso twitter, para evidenciar lo redactado; infografías interactivas, links de páginas web para que el usuario pueda constatar la información compartida. Acerca del medio de comunicación, no tiene secciones separadas para los videos y fotografías como los medios anteriormente analizados, su cuenta en YouTube no ha publicado desde hace dos años, sin embargo, posee una columna directa a sus redes sociales, donde si publican frecuentemente videos, fotografías y contenido de presentación de una noticia para que el usuario la pueda encontrar completa en la página web, al igual que el resto de los medios ecuatorianos analizados.

Tabla 16

Noticia	
Elementos multimedia	
Infografía interactiva	Texto
 <p>Brasil, México y Perú constan entre los países de la región con más muertes por covid-19. Meses después de registrados los primeros casos en China, la cepa del coronavirus se ha expandido a 213 países del mundo. Hasta el momento suman 1.7982.384 de contagios, pues se ha extendido a casi todos los continentes, excepto la Antártica.</p> <ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de decesos en países de la región por cada millón de habitantes Porcentaje de decesos en otros países del mundo por cada millón de habitantes Número de fallecidos por continentes <p>Fuente: Worldometers (https://www.worldometers.info/coronavirus/), Universidad Johns Hopkins (https://coronavirus.jhu.edu/)</p>	<p>Se refirió entonces a la vigilancia epidemiológica por el coronavirus en Ecuador, el abastecimiento de productos, la extensión de la emergencia sanitaria, el diálogo con sectores productivos, las pruebas de covid-19 de forma gratuita a los casos que cumplen condiciones médicas.</p>
Links	Fotografías
 <p>Ministerio de Salud Pública @Salud_Ec</p> <p>La nueva normalidad exige medidas de prevención al salir de casa con los niños. Explicales de manera lúdica las normas que evitarán que se contagien. No olvides usar elementos de bioseguridad como mascarilla, alcohol y lavarte las manos. #NosCuidamosTodos #MisiónTernura</p> <p>www.worldometers.info</p>	

Nota. Datos tomados de (El Telégrafo, 2020)

Tras las huellas del femicidio: publicado en la página web del Expreso redactado por Pamela Vera, con el objetivo de mostrar en cifras el femicidio en Ecuador, junto con lo que ocurre después que se produce un femicidio y el camino que se recorre para esclarecer los casos. En lo que se refiere al medio en su presentación digital, no permite navegar libremente, hay que suscribirse para acceder a más contenido, contiene una sección de videos en su página, tiene un canal en YouTube, pero no sube contenido tan seguido, hace más de tres meses que no pública.

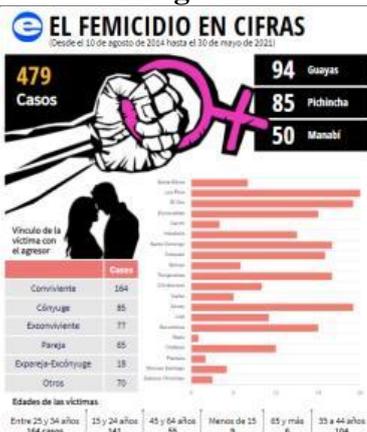
Con respecto al producto periodístico encontramos los siguientes elementos y géneros:

Tabla 17

Géneros periodísticos encontrados en el medio digital “Expreso”

Infografía

Fotografías



Texto

La violenta discusión que José Luis sostuvo con la madre de su hijo, en un inmueble del norte de Quito, terminó con ella en el cementerio; y él, en la cárcel. **En los últimos siete años, en Ecuador se han registrado 479 casos de femicidio, definido así -desde el 10 de agosto de 2014, a la muerte de una mujer por el hecho de serlo o por su condición de género.** De esa cifra, 240 causas están resueltas, 188 de ellas con sentencia condenatoria, según estadísticas de la Fiscalía General del Estado (FGE).

Nota. Datos tomados en la página oficial de (Expreso, 2021)

Medios de comunicación digitales provinciales

Quevedo, más inseguro y violento este 2021, según estadísticas: ubicada en la subclasificación denominada “Los Ríos” dentro de la sección Quevedo de la distribución del medio digital, enfocada en demostrar mediante estadísticas y las historias de las víctimas la inseguridad en la ciudad de Quevedo, en esta publicación se narran los hechos mediante la redacción, videos (hipervínculos de los videos compartidos en su página de Facebook, junto con estadísticas para realizar una comparación acerca de los distritos que conforman Los Ríos entre el año 2020 y 2021. Al igual que los robos a personas, mediante las cifras del ECU 911.

El medio de comunicación digital, dirigido por el Lcdo. Guido Bricio, ALDIA, presenta noticias, crónicas, entrevistas, reportajes, programas mediante transmisiones en vivo por Facebook, pero no utiliza los formatos multimedia que normalmente se observan en los medios

internacionales, no hay cambios de narrativas o mayor uso de nuevas herramientas a más de lo que ofrecen las redes sociales de Instagram, Twitter y Facebook. Aparte de estos programas en vivo o los reportajes, utiliza artes o presentaciones de los acontecimientos con imágenes para compartir el tema de la noticia, más el link para que el usuario se dirija a la página web o leer la versión impresa, si desea conocer más. La noticia de este medio a analizar se seleccionó porque se encontró más elementos, sin embargo, en su mayoría se manejan mediante texto con fotografías o videos.

Tabla 18

Géneros periodísticos encontrados en el medio digital “ALDIA”

Noticia																																							
Elementos multimedia																																							
Tablas comparativas			Texto																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">COMPARATIVO 2020-2021 / 07-07-2021</th> </tr> <tr> <th>DISTRITOS</th> <th>2020</th> <th>2021</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BABAHOYO</td> <td>13</td> <td>24</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>BUENA FE</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>QUEVEDO</td> <td>18</td> <td>26</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>VENTANAS</td> <td>7</td> <td>5</td> <td>-2</td> </tr> <tr> <td>PUEBLOVIEJO</td> <td>13</td> <td>15</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>VINCES</td> <td>4</td> <td>0</td> <td>-4</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>56</td> <td>75</td> <td>19</td> </tr> </tbody> </table>				COMPARATIVO 2020-2021 / 07-07-2021				DISTRITOS	2020	2021	D	BABAHOYO	13	24	11	BUENA FE	1	6	5	QUEVEDO	18	26	8	VENTANAS	7	5	-2	PUEBLOVIEJO	13	15	2	VINCES	4	0	-4	TOTAL	56	75	19
COMPARATIVO 2020-2021 / 07-07-2021																																							
DISTRITOS	2020	2021	D																																				
BABAHOYO	13	24	11																																				
BUENA FE	1	6	5																																				
QUEVEDO	18	26	8																																				
VENTANAS	7	5	-2																																				
PUEBLOVIEJO	13	15	2																																				
VINCES	4	0	-4																																				
TOTAL	56	75	19																																				
			Escenas así, se repiten. Robos, asaltos y en muchas ocasiones terminan en muerte, a esto se agrega los eventos violentos por lucha de territorio y más. Existe una percepción de inseguridad en Quevedo, pero las estadísticas tampoco mienten.																																				
Videos (transmisión en vivo)		Fotografía																																					
																																							

Nota. Datos tomados de la página web de (ALDIA, 2021)

Familias en la Virginia contarán con nuevas redes de agua potable: para contar los hechos, en esta publicación por medio de la página web de Babahoyo al día, coloca la noticia utilizando texto e imágenes, esto se evidencia en la mayoría de sus publicaciones desde la web, en redes sociales es diferente, porque comparte a sus seguidores videos, transmisiones en vivo, fotografías, noticias, programas, contenido informativo de última hora, relatos o datos curiosos sobre temas específicos. Aunque posee la página web, no están ligadas como el medio digital

anterior, ya que colocan las redacciones completas acompañadas de fotografías, videos o transmisiones en vivo.

Tabla 19

Géneros periodísticos encontrados en el medio digital Babahoyo al día

Noticia	
Elementos multimedia	
<i>Fotografía</i>	<i>Texto</i>
	<p>Cabe recalcar que la Alcaldía de Babahoyo trabaja diariamente en la ejecución de obras que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, y una de las más importantes en el tema de agua, ha sido la dotación de nuevos filtros que permitirán eliminar el hierro y el manganeso del líquido vital que consumen los fluminenses.</p>

Nota. Datos tomados desde la página web de (Babahoyo al día, 2021)

El Carchi recibirá a Carapaz con muchos homenajes: esta noticia fue publicada en el medio de comunicación digital El Detective, solo presenta una redacción, de género periodístico noticioso y una imagen. Su contenido se clasifica según lo regulado en el Art.-60 de la Ley de Comunicación, sin embargo, su contenido es mayormente informativo. Las publicaciones en su página web se enfocan en publicar texto e imágenes de los hechos, redactadas por el propio medio digital u otros medios de comunicación colocándole la fuente en la parte inferior. Su página en Facebook, es diferente, allí aprovecha las opciones que le ofrece la red social, como las transmisiones en vivo, videos y entrevistas.

Tabla 20

Géneros periodísticos encontrados en la noticia del medio digital “El Detective”

Noticia	
Elementos multimedia	
<i>Fotografía</i>	<i>Texto</i>



Autoridades provinciales y de Tulcán organizan distintos homenajes para el ciclista Richard Carapaz que también brilló en el Tour de Francia (terminó tercero en el podio) y finalizó la temporada con una modesta participación en la Vuelta a España. En esta última competencia se retiró por el desgaste físico.

Nota. Datos tomados de la página oficial de (El Detective, 2021)

México vivió otro terremoto en la misma fecha hace 4 años: con una fotografía y texto, El Vocero, comparte su noticia desde su página web, donde su contenido es clasificado por: opinión, noticias, vocero deportivo y entretenimiento, aquellos en donde el formato de presentación de la noticia seleccionada se repite. En su página de Facebook, utiliza las mismas imágenes de la web, con el texto y el fondo azul, sin embargo, se comparten videos, transmisiones en vivo, cada publicación cuenta con un hashtag específico, como: ahora, atención, Babahoyo, salud, entre otros.

Tabla 21

Géneros periodísticos encontrados en el medio digital “El Vocero”

Noticia	
Elementos multimedia	
Fotografía con texto	Texto
	<p>El 7 de septiembre de 2017, México vivió el mayor sismo en los últimos 100 años. Un terremoto de magnitud 8,2 que dejó pérdida de vidas humanas y múltiples destrozos en los estados de Oaxaca y Chiapas, donde 98 personas perdieron la vida, 78 de ellas en Oaxaca, 16 en Chiapas y cuatro en Tabasco.</p>

Nota. Elementos tomados de la página oficial de (El Vocero, 2021)

2.5.2 Información recolectada mediante las entrevistas a profesionales en comunicación

El Detective nace a partir de un proyecto de prueba en el 2014, Babahoyo al día nace en 2016, por otro lado, Galería del gol, creado hace 3 años, es quien utiliza una plataforma digital diferente, a comparación de los dos medios entrevistados quienes usan Facebook, Instagram y página web, mientras que este usa YouTube como su medio de difusión sobre

temas de periodismo deportivo. El único que actualmente está registrado es Babahoyo al día, El Detective, lo estaba, sin embargo, desde el 2020 los requisitos cambiaron, que le implican más gastos y compromisos que por el momento no está dispuesto a realizar.

De medios de comunicación tradicionales a digitales

Ambos directores de los medios digitales Babahoyense, El Detective y Babahoyo al día, empezaron trabando en medio de comunicación tradicionales, el primero en radio y el segundo en televisión, que por cuestiones adversas dejaron de laborar en los mismo y crearon sus propios medios, para el Lcdo. Bolívar Moyano, fue un riesgo a tomar, ya que afirma que no existían tantos medios en ese tiempo, sin embargo, sentía que ya era el momento de trabajar en lo digital, al igual que el Lcdo. Marlon Goya, quien apostó a lo digital por ser la tendencia del momento, cuando en el canal de televisión que trabajaba cerró. Distinto de Galería del gol, el Lcdo. Pedro Benites, no ha incursado en medios tradicionales, solo digitales en su canal de periodismo deportivo.

Contenido publicado y los géneros periodísticos que utilizan

En lo que se refiere al contenido que los medios entrevistados difunden, son variados, sin embargo, utilizan los géneros periodísticos “clásicos” no han optado por implementar en sus trabajos nuevas narrativas o diferente a los que se plantea ya en Ecuador, El Detective y Babahoyo al día, publican en su página web las noticias con fotografías y texto, en Galería del gol, al ser YouTube su canal principal, publica hasta tres videos al día, y comparte en TikTok, Instagram con fotografías o memes informativos, aunque tiene una página en Facebook, no publica tanto contenido allí a comparación de las redes mencionadas, es el único que ha hecho algo referente a las narrativas antes mencionadas.

No obstante, los entrevistados que poseen medio de comunicación digital en web o Facebook, realizan una publicación y utilizan un solo género, en su mayoría noticia, a su vez, Galería del gol, en YouTube, mezcla diferentes géneros periodísticos cuando crea un video sobre reseñas post partido específicamente, pero para los demás videos utiliza un solo género, ya sea esta noticia, critica, entrevistas o crónicas, dependiendo, esto le ayuda a explicar los hechos de manera sencilla y entretenida para que el suscriptor vea el video completo.

Galería del Gol, comparte sus videos realizados mediante YouTube, el Lcdo. Pedro Benites, se encarga de todo lo que el canal requiere, es quien escribe los guiones, mediante el estilo del discurso, edita, investiga y maneja las redes sociales. A diferencia de Babahoyo al día y El Detective, quienes han conformado un staff o equipo de trabajo que se encarga de llevar a cabo una tarea específica para que el medio digital pueda crear contenido. Sin embargo, esta era así cuando recién fueron creados, en ese momento cada director era también el encargado todo.

Los entrevistados coinciden que, efectuar cambios en la manera que ellos difunden la información no es algo que les llame tanto su atención, Babahoyo al día, le gustaría usar nuevas narrativas, pero muy a futuro, ya que para el esto requiere de mayor dedicación e inversión económica y de personal. A su vez, El Detective, no lo haría, puesto que las persona que lo siguen ya están acostumbrados a su forma de publicar que no sería lo mejor o más prudente. Galería del gol, piensa igual, el uso de nuevas narrativas implica hacer cambios en el contenido y debería plantearse otra plataforma, a parte de un sitio web.

El contenido que publican no es basado bajo un plan de contenido, pero si comparten con frecuencia para obtener mayor movimiento en las redes, son exigencias del internet, la inmediatez esta explicita y esto es una ventaja o desventaja desde el punto en que se vea, para el Lcdo. Bolívar Moyano, ambos medios de comunicación son una ventaja, si tienes dos canales

para comunicar, significa que tienes más para trabajar, explorar, compartir y público al cual llegar porque son medios diferentes. Sin embargo, para el Lcdo. Marlon Goya, los medios digitales son una gran desventaja ante los tradicionales, precisamente por la inmediatez en la que se presenta la información al público.

Perspectiva sobre las nuevas narrativas periodísticas

Para Galería del gol, lo que comparte son videos, poco a poco está activando sus redes sociales, pero todo conlleva un proceso y tiempo. Implementar nuevas narrativas, cambiar el contenido, por algo que no sabes si pueda funcionar podría no ser la mejor opción, en internet es difícil atraer la atención de la personas y cuando ya la tienes no quieres dejar de hacer lo que hiciste para ganar a esa comunidad o por lo que te hiciste viral o si obtuviste bastantes vistas, lo más óptimo sería crear una plataforma solo para eso, porque la web puede funcionar, pero no es tan conveniente colocar todo en un solo medios, especialmente si también agregas texto, ahora las personas ni les gusta leer.

Babahoyo al día, afirma que se necesita una mayor inversión en los medios digitales y un equipo para elaborar reportajes multimedia o productos periodísticos así, los medios pequeños como ellos no están preparados y no solo se trata de un tema de conocimiento sino económico, porque un trabajo grande como ese no representa la remuneración que se recibiría. Al igual que, El Detective, no solo opina lo mismo, sino que también se trata de una preferencia persona “yo prefiero escribir” aunque si conoce una que otra narrativa así, es un tema casi nuevo para él.

¿Un nuevo perfil para el comunicador actual?

Desarrollar conocimientos en diseño gráfico, edición de video y fotografía, manejo de redes sociales, SEO, redacción y estilos periodísticos, este sería el perfil de un comunicador en

la era digital, aparte de todos los conocimientos que ya debe poseer un comunicador siempre mantenerse informado y conocer sobre todo tema, pero si él o la profesional quiere utilizar nuevas narrativas, este perfil no cambiaría, así lo menciona el director de los medios digitales que usan páginas web, pero para Galería del gol, es todo lo contrario, son dos periodismos por separado, herramientas y conocimientos que debes añadir a tu currículum para empezar a crear productos periodísticos con nuevas narrativas.

En lo que sí coinciden todos es que se necesita un equipo, porque si quieres ser un periodista que use narrativas multimedia, debe estar acompañado con un equipo que conozca sobre programación, diseñadores, edición de video o fotografías, entre otros. Sin olvidar que este contenido sería aparte de lo que ya están haciendo, por lo que se necesitaría mayor apoyo, El Detective, afirma que necesitaría a una persona que se mantenga todo el tiempo concentrado en la página web y Facebook, ya no freelancer, asimismo él tendría que trabajar medio tiempo en la radio, porque lo que más conlleva es tiempo.

La falta de iniciativa y el miedo a arriesgarse, son otras razones para que no veamos qué medios de comunicación digitales ecuatorianos no usen el geoperiodismo, periodismo narrativo, periodismo viral, etc. Según los entrevistados, lo que hacen ya está funcionando, los usuarios ya están interactuando con lo que hacen y sería un riesgo atreverse. Asimismo, el Lcdo. Marlon Goya, expresa que falta en Ecuador universidades que induzcan este tipo de proyectos periodísticos, cursos o capacitaciones que actualicen los conocimientos de los periodistas, existen algunos profesionales que no intentan hacer ni una transmisión en vivo desde su página en Facebook.

2.6 CONCLUSIONES

Correspondiendo a recientemente analizado y planteado mediante el presente estudio de caso, podemos observar que el periodismo, la forma de comunicar la labor periodística es

muy amplia, y con el paso del tiempo ha evolucionado junto con la tecnología, lo que en lugar de quitarnos oportunidades nos presenta más y más maneras de informar a un público específico, ya sea manera local, nacional o internacional, porque los medios digitales nos permiten explorar el mundo que nos rodea y expandir a los receptores que queramos llegar.

Las nuevas narrativas o medios de comunicación digitales llegan con el mismo objetivo, mantener informado a sus suscriptores, seguidores o usuarios, ese es el objetivo en común, lo demás es como se capta su atención, la forma en que se redacta o se presenta la información.

Puedo evidenciar mediante lo analizado con las fichas de observación que los medios de comunicación digitales internacionales siempre se han destacado por la forma en que presentan los productos periodísticos, el reportaje, artículo, informe, especial multimedia como muchos lo están determinando o periodismo transmedia, no es un tema nuevo, hace muchos años ha ido apareciendo y evolucionando con el tiempo. Los reportajes multimedia que se presentan hoy, no son más que el resultado de los avances de la tecnología y la comunicación.

Ahora al periodista no le interesa solo compartir una noticia y ya, busca brindarle al usuario todo el contexto para que se empape del tema y pueda sacar sus propias conclusiones, asimismo, no se trata de presentar una redacción, sino crear una experiencia, donde el receptor sienta que estuvo o está en el lugar de los hechos, y cada narrativa periodística lo va introduciendo en el tema, promoviendo más la empatía, también porque se sumerge en la historia que le están narrando.

La forma en la que se plantean estas investigaciones, es precisamente para que el usuario no tenga ninguna complicación al leer, ver o escuchar la información que se comparte, hay términos o porcentajes estadísticos que no son fáciles de entender por si solos, se necesita dotar de todo el contexto, palabras sencillas y mayor visualización de la información para mostrar todas las situaciones y experiencias, por lo que el periodista busca maneras de presentar

el mensaje lo más explícito posible, y con la ayuda de las herramientas tecnológicas es posible, este es el mejor momento para los reportajes multimedia y para el periodismo en sí.

Conforme a lo analizado en los resultados obtenidos, llego a la conclusión que en Ecuador no se realiza ese tipo de reportajes multimedia porque los medios no les agrada correr tanto riesgo, se han implementado diversos cambios y adaptado a plataformas digitales, pero a más de videos, transmisiones en vivo o podcast en algunos, no hay más contenido así, lo mismo que se publica en redes lo comparten en las páginas o son utilizadas como el medio mayor para que las redes sean un vínculo que atraiga mayor público y se dirijan a la misma por información completa. El único medio de comunicación digital que, si utiliza estas nuevas narrativas, como el periodismo de datos o la visualización de datos es El Comercio, quien comparte estos productos periodísticos a través de su página web en la sección DATA.

Asimismo, los conocimientos aprendidos en las Universidades no es el mismo que se utilizara en la vida laboral, las temáticas no van acorde a como está el mundo digital y como se realiza el periodismo digital, por lo que si quieres seguir esta línea debes conseguir cursos y capacitarte fuera, pero esta puede ser una razón por la que los medios digitales actuales se mantienen igual, porque se enseña lo mismo, aunque se esté inmerso en la tecnología, el contenido sigue siendo más tradicional.

Por otro lado, el trabajo en equipo también va de la mano con tener el conocimiento, la mayoría de las persona que trabajan en YouTube o empiezan su propio medio digital, inician solas, con el tiempo contratan freelancer o personas allegadas que los ayudan con el contenido y a como lo están manejando hasta ahora todo bien, sin embargo para hacer un trabajo periodístico investigativo y multimediático se requiere de profesionales con especialidades especificas en programación, diseño, fotógrafos, editores, producción, entre otros, de igual manera financiación, y según el medio digital, las ganancias no son tan altas como un medio

tradicional, un periodista de televisión no gana lo mismo que un freelancer o un director del medio digital, depende de que tan grande sea la empresa o microempresa informativa.

De acuerdo a lo antes examinado, los géneros periodísticos necesitan una nueva clasificación, no solo se trata de la evolución del canal, sino del mensaje y como este se elabora. Por qué seguiríamos usando la misma clasificación si el periodismo ha cambiado tanto, no obstante, pienso que este nos seria en si un cambio radical, más bien, hablamos de una evolución y adaptación del que ya estaba establecido.

Ahora el usuario también forma parte de la información que se comparte, es primordial portar elementos que permitan la interacción en el mismo, donde este pueda dar su opinión sobre el tema expuesto, visualizar los elementos compartidos, explicando a través de estos ya sea sin texto o no, por lo que es posible hacerlo hasta solo con una experiencia inmersiva en 3D o un mapa interactivo informativo, lo importante es dar contexto, presentar datos verídicos, simplificando los datos científicos ,con términos sencillos o visuales que el usuario pueda comprender.

Es necesario enfatizar que se ha denominado con distintos nombres a los productos periodísticos multimedia, desde mi análisis, no comparto la idea del creador de galería del Gol, no es importante crear una nueva plataforma para publicar este tipo de contenido, cuando se puede realizar en un microsite o en una sección de la página web del medio de comunicación digital, lo primordial en este caso es la creatividad, las ganas y el esfuerzo de innovar el contenido y la forma en que se deseen narrar los hechos sea que te guste o no leer, redactar o crear videos, es importante informar a los usuarios, y educar mediante lo que compartes.

Es cierto, que requiere mayor investigación, y usando las nuevas narrativas, leyendo sobre cómo han logrado construir estos reportajes o especiales en otros medios de comunicación internacionales, requiere de tiempo, personal capacitado y financiamiento, pero

¿Cuándo el periodismo no ha sido una carrera exigente? En donde, el trabajador debe adaptarse al medio en el que trabaja, al contexto en el que vive, la falta de recursos o información, pero ese es el trabajo encontrar los hechos, evidenciarlos, publicarlos de manera veraz, precisa y concisa para hacer valer los derechos de la sociedad.

Dos de los entrevistados empezaron su medio digital porque las puertas se cerraron en el medio tradicional, y cuando la radio y la televisión optó por adaptarse a lo digital, los contrataron otra vez, ahora en lugar de un solo ingreso tienen dos y asimismo dos canales para compartir información la ciudadanía.

Por estas razones, en la siguiente tabla plantearé una nueva clasificación de géneros periodísticos, donde se tomará en cuenta la clasificación anterior, porque no es que se deban eliminar o remplazar, sino complementar con las nuevas narrativas, que no deberían ser denominadas como narrativas, más bien un género o un subgénero que dote de nuevos elementos y ayude a expresar, narrar y explotar todo lo que nos ofrece, junto con las herramientas tecnológicas. Porque no hablamos de un elemento que puede acompañar a una redacción, sino que este elemento se puede convertir también en todo un producto periodístico multimedia.

Esta clasificación de géneros toma a los géneros periodísticos clásico para agrupar los nuevos creados por la tecnología o un nuevo género. Estos subgéneros van enfocados en la temática de su género. Cabe recalcar que no se plantea la división desde la clasificación de informativo, opinión o interpretativo sino se plantea desde el género como la noticia, para luego crear subgéneros que continúen con una narrativa similar. Será decisión del periodista que enfoque le da mediante el género a elección, asimismo si los combina para formar un género híbrido de acuerdo a lo que desea proyectar en su producto periodístico.

Tabla 22

Clasificación de contenido periodístico

Géneros y subgéneros				
<p>Noticia: -Fotonoticia -Historias en redes sociales</p>	<p>Entrevista: -Entrevista digital -Twitter entrevista -Entrevista dibujada</p>	<p>Reportaje: -Reportaje subjetivo -Reportaje objetivo -Reportaje inmersivo en video 360° - Reportaje gráfico en video</p>	<p>Crónica: -Crónica inmersiva</p>	<p>Periodismo tecnoaudiovisual: -Periodismo con dron -Transmisión en vivo -Video 360° -Paisaje sonoro - Selfie informe audiovisual -Sonido inmersivo</p>
<p>Geoperiodismo -Geo-referenciación periodística</p>	<p>Periodismo narrativo</p>	<p>Hilos virales -Hilos interpretativos -Hilos informativos</p>	<p>Periodismo computarizado -Realidad virtual -Realidad aumentada -Newsgame o gamificación</p>	<p>Crónica: -Crónica inmersiva</p>
<p>Periodismo gráfico: -Visualización de información datos -Líneas de tiempo interactiva -Imágenes interactivas -Fotografías -Imagen panorámica de 180 y/o 360 grados - Imagen yuxtapuesta -Infografía tridimensional</p>	<p>Periodismo de laboratorio</p>	<p>Periodismo al dibujo: -Cómic animado -Cómic animado de opinión -Cómic</p>	<p>Periodismo de datos</p>	<p>Periodismo animado: -Gif informativo</p>
	<p>Carta al editor</p>	<p>Crítica</p>	<p>Columna: -Videocolumna de opinión</p>	<p>Artículo de opinión</p>

2.7 RECOMENDACIONES

Cabe recalcar que los medios digitales cada día demandan mayor conocimiento en diferentes especialidades para poder elaborar contenido de calidad, asimismo es necesario conocer del todo el medio en el que estás trabajando, por esa razón, si vas crear contenido de calidad, ya sea en YouTube, redes sociales o páginas web, debes tener en cuenta lo siguiente:

- Los medios de comunicación, ya sea tradicionales o digitales se mantiene económicamente por la publicidad, a pesar de aquello, es necesario que conozcas muy bien la plataforma en la que trabajas, porque con Facebook o YouTube, existen opciones de monetización con la que puedes generar ingresos con tus publicaciones, cuando llegas a cumplir los requisitos, mediante anuncios puedes ganar dinero con los videos que contengan una duración mayor a tres minutos, por ejemplo.
- Es transcendental, que dentro de tu profesión tengas conocimientos de community manager, porque aprendes a guiarte mediante un plan de contenido a manejar estrategias, marketing, SEO, todo esto es importante para trabajar en el mundo digital.
- No olvides que las redes sociales son lo son todo, cumplen con la función de atraer más usuarios, compartir información y crearla, pero es importante crear una página web, que lleve el nombre de tu marca, no solo porque es un requisito para registrar tu marca.
- Los géneros periodísticos que ya existen, los nuevos o las narrativas, son simplemente una forma de plasmar la información, pienso que vivimos en constantes cambios y avances, y la forma en que presentes la información, no debe ser la excepción, usa tu propia mezcla o clasificación de géneros periodísticos, úsalos todos, varios, lo importante es la creatividad con la que creas el contenido, lo que propones, la voz que das a los que no se pueden expresar y lo constante que seas al publicar.

- Es importante que conozcas a tus seguidores, usuarios o suscriptores, necesitas usar diferentes formatos, géneros o herramienta para probar a tu audiencia y saber con qué interactúan más, esto se conoce en la práctica, y con el tiempo podrás encontrar tu estilo periodístico, tu sello personal, algo que te distinga, porque el periodismo que se realiza en la actualidad no es erróneo, solo que no se corren riesgos, no se apuesta por algo nuevo.
- Está bien subir contenido con regularidad, pero ten en cuenta la calidad antes que cantidad, define tu medio de comunicación digital. Existen canales que tienen bastantes seguidores, pero no mucha interacción en las publicaciones, puede que la razón sea porque los seguidores se atrajeron a un contenido específico, por eso decidieron seguir tu página. Encuentra el contenido que agrado y explótalo, crea más contenido similar.

III. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALDIA. (27 de julio de 2021). *ALDIA*. Obtenido de <https://www.aldia.com.ec/quevedo-mas-inseguro-y-violento-este-2021-segun-estadisticas/>
- Babahoyo al día. (25 de mayo de 2021). *Babahoyo al día*. Obtenido de <https://babahoyoaldia.com.ec/index.php/2021/05/25/familias-en-la-virginia-contaran-con-nuevas-redes-de-agua-potable/>
- Barriga Silva, R. (2016). Salas de redacción: tradicional a digital. *6 páginas*. Obtenido de https://www.academia.edu/25063440/Salas_de_redacci%C3%B3n_tradicional_a_digital
- Barrios Rubio, A. (2014). El Comunicador en el Entorno Digital. *17(CUADERNOS.INFO N° 34)*. Bogotá, Colombia. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013
- Betancur, J. G. (2017). *Los géneros periodísticos puros han muerto: ¡vivan las nuevas narrativas híbridas! En Cátedra UNESCO de Comunicación, Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red*. Recuperado el 24 de junio de 2021, de https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_92.html
- Capdevila González, B. (18 de junio de 2013). Retórica de la narración periodística: Una investigación acerca del sentido narrativo y sus claves persuasivas en el periodismo escrito. Obtenido de https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/21530/Capdevila_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castells, M. (2009). *Felsemiotica*. Obtenido de <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Crucianelli, S. (2013). Herramientas digitales para periodistas. Obtenido de <https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/Digital-Tools-for-Journalists-esp.pdf>
- Da Silva, D. (1 de septiembre de 2020). Prosumidor: conoce al consumidor moderno y su importancia para tu marca. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-prosumidor/>
- Datadista. (2019). *Datadista*. Obtenido de <https://especiales.datadista.com/playa-burbuja/desmontando-algarrobico/>
- Delgado, I. (10 de mayo de 2019). Significado de Géneros periodísticos. Obtenido de <https://www.significados.com/generos-periodisticos/>

- El Comercio. (2018). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/mapa-femicidios-ecuador-horrible-necesario.html>
- El Comercio. (19 de julio de 2021). 11 de cada 100 están vacunados completamente contra covid-19 en Ecuador ¿Cómo está el país frente a otros de la región y el mundo? Ecuador. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/datos/vacunados-vacunacion-covid-ecuador-inmunizacion.html>
- El Detective. (septiembre de 2021). *El Detective*. Obtenido de <https://eldetectivediario.com/2021/09/07/el-carchi-recibira-a-carapaz-con-muchos-homenajes/>
- El País. (2017). *El País*. Obtenido de <https://www.elpais.com.co/especiales/el-mapa-de-la-muerte/>
- El Telégrafo. (15 de febrero de 2014). Cartón piedra reflexiona sobre la relación entre literatura y periodismo. Ecuador. Obtenido de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/cultura/10/pasado-y-presente-del-nuevo-periodismo>
- El Telégrafo. (2020). *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/estadisticas-ecuador-crisis>
- El Universo. (2021). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/narcotrafico-asesinatos-femicidios-y-robos-parte-de-los-delitos-en-alza-que-afectan-a-ecuador-y-que-debe-combatir-el-nuevo-gobierno-nota/>
- El Vocero. (9 de septiembre de 2021). *El Vocero*. Obtenido de <http://www.elvocero.com.ec/2021/09/09/mexico-vivio-otro-terremoto-en-la-misma-fecha-hace-4-anos/>
- eldiario.es. (2017). *La tierra esclava*. Obtenido de <https://latierraesclava.eldiario.es/>
- Escudero Ortega, R. (17 de noviembre de 2020). ¿Qué es el periodismo 3.0? Obtenido de <https://grados.uemc.es/blog/que-es-el-periodismo-3-0>
- Expreso. (2021). *Expreso*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/huellas-femicidio-107233.html>
- Fernández Chapou, M. (7 de enero de 2013). Nuevo Periodismo en el siglo XXI: Hacia un modelo de análisis de tendencia emergentes. *Virtualis*, 4(7). Obtenido de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/69>
- Ferrer Caballero, C. (10 de mayo de 2017). 10 aplicaciones recomendable para un periodista digital. Obtenido de <https://blogthinkbig.com/10-aplicaciones-para-un-periodista>

- Franco, G. (2008). *Journalism Courses*. Obtenido de <https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/How-to-write-for-the-Web-esp.pdf>
- Franco, G. (2008). *Journalism Courses*. Recuperado el 2021, de <https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/How-to-write-for-the-Web-esp.pdf>
- Fundación Gabo. (29 de enero de 2018). ¿Qué es el periodismo? Obtenido de <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/1763>
- Garton Ash, T. (17 de abril de 2017). ¿En qué consiste el buen periodismo? Obtenido de <https://www.letraslibres.com/mexico/revista/en-que-consiste-el-buen-periodismo>
- Giraldo, V. (14 de febrero de 2019). Plataformas digitales: ¿Qué son y qué tipos existen? Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- González, R. (16 de enero de 2017). ¿Cuáles son los géneros periodísticos? Obtenido de mundodeportivo.com/uncomo/educacion/articulo/cuales-son-los-generos-periodisticos-23017.html
- Gonzalo, M. V. (1993). *Géneros Periodísticos: reportaje, crónica, artículo* (5. ed ed.). (Paraninfo, Ed.) España. Obtenido de https://bibliotecadigital.ucc.edu.co/discovery/fulldisplay/alma990000202230204416/57UCC_INST:57UCC_INST
- INENKA Business School. (24 de septiembre de 2020). *Escuela INENKA Business School*. Obtenido de <https://escuelainenka.com/como-clasificar-generos-periodisticos/>
- Márquez, G. G. (7 de octubre de 1996). El mejor oficio del mundo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057434006.pdf>
- Martín-Barbero, J. (13 de noviembre de 2004). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/774/77420206.pdf>
- Martínez, M. (26 de abril de 2019). Aplicaciones móviles imprescindibles para periodistas digitales. Obtenido de <https://blog.opennemas.es/articulo/articulos/aplicaciones-periodistas-digitales/20190411132201002251.html>
- Moreno Espinosa, P. (5 de junio de 2017). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/77608/58046-118165-3-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nafría, I. (marzo de 2017). *ISSUU*. Obtenido de https://issuu.com/saladeprensa/docs/la_reinvencio_n_de_the_new_york_tim
- Pavón, M. (12 de marzo de 2019). Periodismo en construcción. Obtenido de Periodismo en construcción: <https://uvaciberperiodismo.wordpress.com/2019/03/12/hilos-de-twitter-una-nueva-forma-de-hacer-literatura/>

- Peñaranda, R. (2017). *StuDocu*. Obtenido de StuDocu: <https://www.studocu.com/cas/document/universitat-central-de-catalunya/periodismo/generos-periodisticos-queson-y-para-que/4273147>
- Pérez, A., & Pérez, A. (2019). La comunicación en el escenario digital: actualidad, retos y prospectivas. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/739219.pdf>
- Pérez, X. S. (21 de marzo de 2018). *Ambitos*. Obtenido de <https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-crisis-negocio-y-politizacion/>
- Puente Martínez, G. (2019). El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/EI%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quecedo Lecanda, R., & Castaño Garrido, C. (2003). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 40. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/39219263_Introduccion_a_la_metodologia_de_investigacion_cualitativa
- Raffino, M. (15 de julio de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/origen-de-los-medios-de-comunicacion/>
- Red de Periodistas por el Desarrollo Sostenible. (1 de febrero de 2017). Los comunicadores sociales y periodistas, un factor clave para el desarrollo sostenibles. Obtenido de <https://www.comunicacionsostenible.co/site/los-comunicadores-sociales-y-periodistas-un-factor-clave-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Renó, D., & Flores, J. (2018). Periodismo transmedia. Ria Editorial. Obtenido de http://docs.wixstatic.com/ugd/43846c_f9c41b905ab74858aca987412a55f32a.pdf
- Romero, F. (19 de diciembre de 2019). 10 herramientas para periodistas y comunicadores: lo más visto del 2019. Obtenido de <https://www.cfpdudgvirtual.org/10-herramientas-para-periodistas-y-comunicadores-lo-mas-visto-del-2019/>
- Ruiz, M. (26 de mayo de 2017). Cambiar o morir: nuevas narrativas periodísticas del mundo digital. Obtenido de <https://medium.com/@antoniaruiz97/cambiar-o-morir-nuevas-narrativas-periodisticas-del-mundo-digital-8e90f175eb>
- Segale, J. (2 de mayo de 2011). Géneros Periodísticos. *Juan Carlos Segale*. Obtenido de <https://juancarlossegales.blogspot.com/2011/05/generos-periodisticos.html>
- The New York Times. (2012). *The New York Times*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

- The Washington Post. (2019). *The Washington Post*. Obtenido de <https://www.washingtonpost.com/graphics/2019/business/how-does-an-autonomous-car-work/>
- Uriarte, J. M. (22 de abril de 2021). *Características*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/generos-periodisticos/>
- UTPL. (21 de diciembre de 2017). Comunicación crossmedia y transmedia. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/comunicacion-crossmedia-o-transmedia>
- Valls Arnau, M. (19 de noviembre de 2015). Hipertextualidad, interactividad y multimedialidad. Obtenido de <https://mvallsa.wordpress.com/2015/11/19/hipertextualidad-interactividad-y-multimedialidad/>
- Velasco, A. (septiembre de 2015). Fichas técnicas acerca de los aspectos básicos de la investigación en Ciencias sociales. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/281787763_Fichas_tecnicas_Metodologia_de_la_investigacion
- Zeit Online. (2015). *Zeit*. Obtenido de <https://www.zeit.de/feature/kindersoldaten-uganda-joseph-kony-lra-krieg-rueckkehrer>

IV. ANEXOS

Anexo 1

Ficha de observación					
Formato o presentación:	En página web (microsite)				
Título:	La tierra esclava				
Nombre del medio de comunicación digital:	elDiario.es (España) en colaboración con El Faro (Salvador)				
Fecha:	2017				
Producto periodístico (nombres encontrados):	Investigación periodística / Reportaje multimedia / Periodismo transmedia				
Premio/Nominaciones:	Contenido de Media Party 2018. mención de honor en la categoría de Periodismo de Datos de los premios de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)				
Objetivo:	Plantaciones de productos en países pobres para vender en países que cuentan con una mejor economía.				
Link:	https://latierraesclava.eldiario.es/				
Géneros:					
Noticia	x	Caricatura periodística		Crónica de inmersión	
Entrevista	x	Columna		Reportaje	x
Entrevista digital		Editorial		Crónica	x
Newsgame		Critica		Geo-referenciación periodística	x
Realidad aumentada		Artículo	x	Entrevista dibujada	
Twitter-crónica		Carta al editor		Visualización de relaciones	x
Twitter-entrevista		Visualización de la información o de datos	x	Meme informativo	
Reportaje inmersivo (video con imágenes de 360°)		Hilos en Twitter o Facebook		Periodismo viral	
Periodismo de laboratorio		Periodismo de datos	x	Periodismo transmediático	x
Geoperiodismo	x	Cómic periodístico		Reportaje gráfico en video	
Periodismo narrativo	x	Cómic animado de opinión		Cómic periodístico interactivo	
Historia		Realidad virtual		Videocolumna de opinión	
Herramientas o recursos:					
Infografía	x	Periodismo dron		Gif informativo	
Video en 360°		Sonido Inmersivo		Imágenes interactivas	
Paisaje sonoro		Infografías tridimensionales	x	Línea de tiempo interactiva	
Selfie informe audiovisual		Imagen yuxtapuesta		Imagen fija interactiva	x
Imagen fija panorámica de 180 y/o 360 grados		Visualización de datos		Series transmitidas en Tv o redes sociales	
Mapa interactivo		Fotografías en 360°		Mapa fijo	x
Estadísticas	x				
Estructura:					
Pirámide invertida		Pirámide invertida segundo nivel		Pirámide invertida tercer nivel	x
Medios utiliza para contar la historia:					
Fotografías	x	Videos	x	Links	Gráficos
Texto	x	Gifs	x	Audio/Música	Plataformas /Webs hipertextuales
					x
					x
Características digitales:					
Multimedialidad	x	Interactividad		Hipertextualidad	x
Observaciones:					
-Contiene una página principal donde presenta un resumen.					
-Añade informes o documentos que constatan lo que menciona.					
-El mapa que se muestra en la parte de Honduras utiliza mapas que van poco a poco superponiéndose.					

Anexo 2

Ficha de observación							
Título:	Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek (Caída de nieve) Avalancha de Tunnel Creek						
Formato o presentación:	En página web (microsite)						
Nombre del medio de comunicación digital/ Autor	The New York Times / John Branch						
Fecha:	2012						
Producto periodístico (nombres encontrados):	Reportaje multimedia / Periodismo de larga duración						
Premio/Nominaciones:	Pulitzer / Premio Peabody						
Objetivo:	Narración acerca de los esquiadores atrapados en la avalancha de las montañas Cascade.						
Link:	https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek						
Géneros:							
Noticia		Caricatura periodística		Crónica de inmersión			x
Entrevista	x	Columna		Reportaje			x
Entrevista digital		Editorial		Crónica			
Newsgame		Critica		Geo-referenciación periodística			
Realidad aumentada		Artículo		Entrevista dibujada			
Twitter-crónica		Carta al editor		Visualización de relaciones			
Twitter-entrevista		Visualización de la información o de datos	x	Meme informativo			
Reportaje inmersivo (video con imágenes de 360°)		Hilos en Twitter o Facebook		Periodismo viral			
Periodismo de laboratorio		Periodismo de datos	x	Periodismo transmediático			
Geoperiodismo		Cómic periodístico		Reportaje gráfico en video			
Periodismo narrativo	x	Cómic animado de opinión		Cómic periodístico interactivo			
Historia		Realidad virtual		Videocolumna de opinión			
Herramientas o recursos:							
Infografía		Periodismo dron		Gif informativo			
Video en 360°		Sonido Inmersivo		Imágenes interactivas			
Paisaje sonoro	x	Infografías tridimensionales		Línea de tiempo interactiva			
Selfie informe audiovisual		Imagen yuxtapuesta		Imagen fija interactiva			
Imagen fija panorámica de 180 y/o 360 grados	x	Visualización de datos		Series transmitidas en Tv o redes sociales			
Mapa interactivo	x	Fotografías en 360°					
Estructura:							
Pirámide invertida		Pirámide invertida segundo nivel		Pirámide invertida tercer nivel			x
Medios utiliza para contar la historia:							
Fotografías	x	Videos	x	Links		Gráficos	
Texto	x	Animaciones / Gifs	x	Audio/ Música	x	Plataformas /Webs hipertextuales	x
Características digitales:							
Multimedialidad	x	Interactividad			x	Hipertextualidad	x
Observaciones:							
<ul style="list-style-type: none"> - Se utiliza una pirámide invertida de tercer nivel con un patrón de lectura en F. - Consta con un foro para que las personas comenten y también se puede compartir. 							

Anexo 3

Ficha de observación							
Título:	El mapa de la muerte						
Formato o presentación:	Página web (microsite)						
Nombre del medio de comunicación digital/Autores	El País - Ana María Saavedra, Laura Sánchez, Ivonne Rodríguez y Juliana Castellanos						
Fecha:	2017						
Producto periodístico (nombres encontrados):	Informe especial / Reportaje / Informe multimedia / reportaje multimedia						
Premio/Nominaciones:	Gabriel García Márquez de periodismo, categoría Cobertura / Premio Alfonso Bonilla Aragón 2017						
Objetivo:	Narra respuestas para comprender sobre la violencia en Cali y sus repercusiones.						
Link:	https://www.elpais.com.co/especiales/el-mapa-de-la-muerte/						
Géneros:							
Noticia	x	Caricatura periodística		Crónica de inmersión			x
Entrevista	x	Columna		Reportaje			x
Periodismo asistido por computadora (PAC)	x	Editorial		Crónica			x
Newsgame		Crítica		Geo-referenciación periodística			
Realidad aumentada		Artículo	x	Entrevista dibujada			
Twitter-crónica		Carta al editor		Visualización de relaciones			
Twitter-entrevista		Visualización de la información y datos	x	Meme informativo			
Reportaje inmersivo (video con imágenes de 360°)	x	Hilos en Twitter o Facebook		Periodismo viral			
Periodismo de laboratorio		Periodismo de datos	x	Periodismo transmediático			x
Geoperiodismo	x	Cómic periodístico		Reportaje gráfico en video			
Periodismo narrativo	x	Cómic animado de opinión		Cómic periodístico interactivo			
Historia		Realidad virtual		Videocolumna de opinión			
Herramientas o recursos:							
Infografía	x	Periodismo dron		Gif informativo			
Video en 360°	x	Sonido Inmersivo		Imágenes interactivas			
Paisaje sonoro		Infografías tridimensionales	x	Línea de tiempo interactiva			x
Selfie informe audiovisual		Imagen yuxtapuesta		Imagen fija interactiva			
Imagen fija panorámica de 180 y/o 360 grados		Visualización de datos	x	Series transmitidas en Tv o redes sociales			
Mapas interactivos	x	Fotografías en 360°					
Estructura:							
Pirámide invertida		Pirámide invertida segundo nivel	x	Pirámide invertida tercer nivel			
Medios utiliza para contar la historia:							
Fotografías	x	Videos	x	Links	x	Gráficos	x
Texto	x	Gifs		Audio/Música	x	Plataformas /Webs hipertextuales	x
Características digitales:							
Multimedialidad	x	Interactividad			x	Hipertextualidad	x
Observaciones:							
<ul style="list-style-type: none"> - Este producto periodístico sigue constantemente actualizándose. - Utilizaron herramientas gratuitas: Infogram y StoryMapJS. - Interactividad: plugin de Facebook para que las personas puedan opinar. 							

Entrevista #1 Galería del gol



1. ¿Cuándo decidió crearlo, y porque eligió este medio?

Lo cree antes de ir a la universidad, la verdad ya tenía un tiempo con esto de YouTube, es mi red social favorita y quería hacer algo relacionado con esto, empecé a hacer videos, tuve problemas porque este no es el primer canal de Galería del Gol, es el segundo, el primero fue hackeado, por decirlo así, pero no me rendí continúe con lo que me gusta hacer y hoy, voy por un buen camino, cuento con casi 60.000 suscriptores.

2. ¿Qué tipo de contenido publica?

Publico contenido en YouTube, netamente sobre temas deportivos. Es importante conocer a tus suscriptores, hay que probar distintas formas de publicar contenido.

3. ¿Cuál es su horario u agenda? ¿Utiliza un plan de contenido?

No, ninguno. Siempre comparto lo que es relevante, antes de las historias, que fue lo que pego en el canal solo publicaba noticias.

4. ¿Cuántos videos publica al día?

Publico al día entre dos a tres videos.

5. ¿Cuál es su formato o herramienta favorita para crear su contenido a publicar?

El producto que comparto son en videos, porque es lo que se publica en YouTube, utilizo géneros, como la crítica noticia, entrevistas, crónica. Cuando hago reseñas post partidos, uno diversos géneros, pero normalmente uso más los géneros por separado.

6. ¿Qué tipo de narrativa periodística transmedia ha utilizado?

Lo más cercano a una nueva narrativa periodísticas son los memes informativos, y me he dado cuenta que a mis seguidores y suscriptores les gusta, es una forma de empatizar. Aunque son complicados al momento de crearlos ya sea para publicar en los videos de YouTube, Tiktok o Instagram, valen la pena por lo graciosos que llegan a ser y la forma en cómo reaccionan.

7. ¿Cuál fue su primer trabajo periodístico con estas narrativas digitales?

Por el momento he utilizado el meme informativo y las transmisiones en vivo.

8. ¿Ha trabajado en medios de comunicación tradicionales?

No, tampoco está en mis planes hacerlo, prefiero lo digital.

9. ¿Recibe algún tipo de remuneración por el contenido que crea en tu medio digital? ¿Con que contenido en específico?

En YouTube, se gana dinero mediante patrocinadores o por los anuncios en los videos, en mi caso por los anuncios, cuando llegas a 1.000 seguidores y 4.000 horas de visualización, yo ya cuento con 58.600 suscriptores, en total tengo más de 13.000.000 millones de visualizaciones, no es que esto te deba motivar para crear más contenido, pero no deja de ser un trabajo como cualquier otro. Lo que ganas, depende del país y los meses en que nos encontremos, generalmente, pagan \$1,00 o \$1,50 por cada 1.000 visualizaciones, los últimos meses del año desde noviembre pagan un poco más, hasta \$2.50. sin embargo, existen muchas restricciones en la plataforma, no en todas estoy de acuerdo, pero son sus reglas, si no cumples, te pueden suspender el canal o la monetización.

10. ¿Qué opina acerca de estas narrativas nuevas? ¿Las ha observado en medios internacionales? Algunos autores las denominan narrativas híbridas y creen que se deberían agregar a un nuevo género periodístico ¿Cuál es su postura ante este tema?

Agregaría lo mismo, pero en un video, tal vez, no redacción porque pienso que ya pasamos por eso. Todo el contenido que imaginarias con esas narrativas en video. Los comunicadores no se arriesgan, puede que lo que presenten falle.

11. ¿Usted haría más contenido con estas narrativas o continuaría con lo que publica actualmente?

Con lo que publico, me dedico a los videos, me gustaría activar más mis redes sociales, pero esto es un proceso, le dedico mucho tiempo al canal. Pero, no es algo que funcione en una plataforma que no está para eso o que no se dedique a eso. El problema es que no funcionaría acá, las personas no lo consumen, hubo un tiempo en que se publicaban videos 360, pero no había tanta reacción, pienso que no ha nacido una plataforma en si para esto, la página web sirve, pero debería ser otra dedicada a esto. Puede que el problema también este en que hay más cambios en el contenido, el creador, pero no en el consumidor. Las personas ya viven con esto, ya están acostumbrados a este contenido no creo que convenga aportar por algo que no se usa, ya tenemos algo que nos funciona.

12. ¿Conoce un colega que ponga en practique estas narrativas en su medio digital?

No, he visto ciertas narrativas en otros medios de comunicación internacional, pero casi nada porque no consumo ese contenido, mi camino está en YouTube.

13. Existen alrededor de 25 nuevas narrativas denominadas híbridas ¿cuántas de estas conoce y cual ha utilizado con mayor frecuencia?

El meme informativo, no tenía entendido que se llamaba, yo les agregaba a los videos o publicaba en Instagram para que no sea un contenido tan rígido, sino que vaya de la mano un poco de comedia, sin exagerar, pero que acompañe y más que todo para tener más cosas en común con el público que me ve.

14. ¿Cree que los medios tradicionales ecuatorianos usan estas narrativas? ¿Por qué cree que no lo aplican?

No lo usan, la gente ya no lee, si les muestras más cosas dejaran de ver tu contenido. En Ecuador no hay y hay narrativas que he visto, pero ni sabía que había un nombre para lo que están haciendo.

15. ¿Cree que el perfil laboral del comunicador ha cambiado?

Si, ha cambiado mucho. Los cambios siempre van a ver, el periodista normalmente se debe adaptar y encontrar su propio estilo, más si se trata de medios digitales porque debe dejar una marca para hacerse viral. Claro que esto también depende del medio de comunicación y como se rija. Si quieres hacer contenido para el medio digital el comunicador deber saber sobre edición, diseño, SEO, redacción y un estilo periodístico propio.

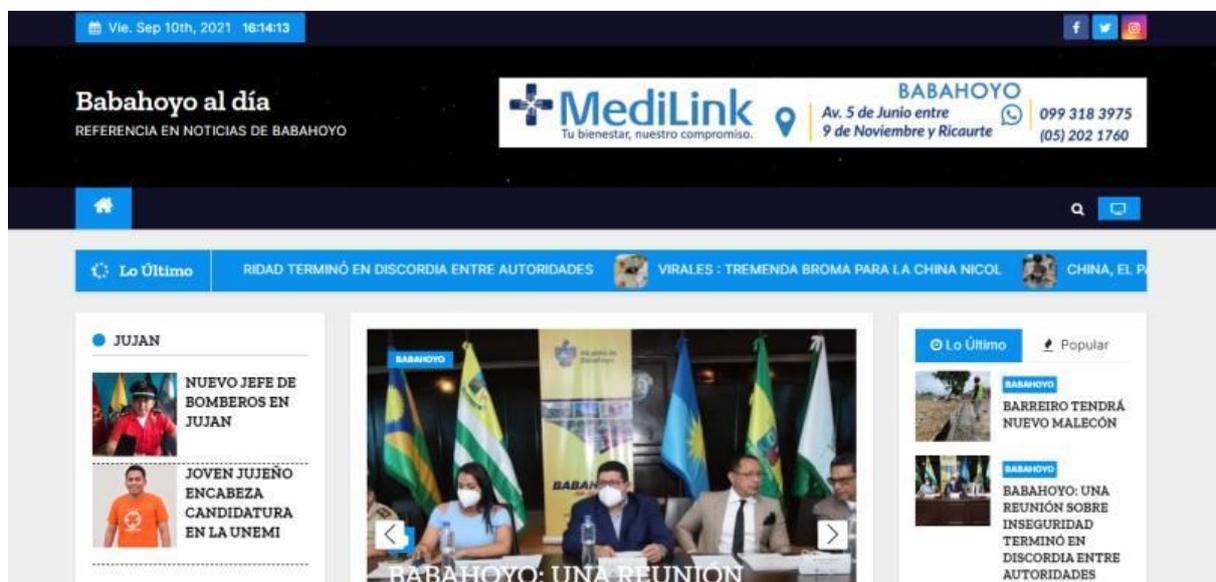
16. ¿Qué conocimientos debe poseer el comunicador en la actualidad con toda esta ola de nuevas herramientas tecnológicas y narrativas?

De ley, si vas a implementar cosas nuevas necesitas contratar personas que sean expertas en crear esos elementos. Especialmente un equipo de trabajo, done cada quien ya tenga conocimiento y creatividad ante lo que van a crear.

17. ¿Dónde estudio su carrera? ¿Todo lo que aprendió lo está utilizando ahora para crear su contenido?

En la Universidad Técnica de Babahoyo, soy licenciado en ciencias de comunicación social. No soy el mismo que salió de la Universidad, he aprendido más por la experiencia laboral, cada medio de comunicación te moldea conforme a lo que quieres presentar en tu contenido.

Entrevista #2 Babahoyo al día



1. ¿Cuándo decidió crearlo, y porque eligió este medio?

Decidí crearlo a raíz que canal 6 cerró, me quedé sin empleo y buscaba una forma de seguir ejerciendo mi carrera y la encontré en lo digital.

2. ¿Qué tipo de contenido publica?

Contenido informativo. Publicamos noticas, sociales, política, todo lo que acontece en Babahoyo, el medio de comunicación digital contiene su nombre y es importante para nosotros mantenerte al día sobre tu ciudad

3. ¿Cuál es su horario u agenda? ¿Utiliza un plan de contenido?

No mantenemos un horario, la noticia llega, los hechos ocurren y no hay un horario para eso, a menos que sea trate de programas específicos como el segmento de historia en Babahoyo, donde presentamos a una persona de la ciudad de Babahoyo, generalmente lo publicamos en horario nocturno. Asimismo, entrevistas a políticos, dos veces a la semana y dos veces a la semana entrevistamos a un personaje local para que los usuarios conozcan más de ellos, y contenido deportivo.

4. ¿Cuántas publicaciones hace al día?

Manejo noticias por lo general nacionales, noticias de relevancia, por lo general publico cuatro a cinco publicaciones al día.

5. ¿Cuál es su formato o herramienta favorita para crear su contenido a publicar?

Nos manejamos por una línea grafica relacionada por los colores y todo lo que distingue a la marca del medio.

6. ¿Qué tipo de narrativa periodística transmedia ha utilizado?

No me he actualizado sobre ese tema, pero si hay ciertos contenidos que he visto por medio de internet.

7. ¿Ha trabajado en medios de comunicación tradicionales?

He estado en radio y en televisión.

8. ¿Qué diferencias encuentra al trabajar en un medio de comunicación tradicional y un digital?

Hay grandes diferencias, su mayor diferencia se encuentra en la inmediatez de la información, tenemos la información al instante, ahora con las transmisiones en vivo públicas al instante en que los hechos suceden. Y esto es mucho más complicado para un medio tradicional, aunque realicen una transmisión microondas, solo sucede para los acontecimientos más relevantes. Por esto y más han tenido que adaptarse a la digital, hasta cuando el canal 6 abrió otra vez, después de dos años empezaron a ser también digitales.

9. ¿Recibe algún tipo de remuneración por el contenido que crea en tu medio digital? ¿Con que contenido en específico?

Publicidades, al igual que los demás medios tradicionales, en lo digital es igual. Es difícil mantenerse, porque no hay contratos con grandes empresas, a menos que lo tengas

10. ¿Qué opina acerca de estas narrativas periodísticas nuevas? ¿Las ha observado en medios internacionales? ¿Cuál es su postura ante este tema, deberían convertirse en un género más?

Se necesita mayor inversión en los medios digitales, mayor número de personas incluso, este sería su mayor obstáculo, implementarlos no es el problema. Nosotros como medios pequeños no estamos del todo preparados, incluso la ganancia con los mismos no representa el trabajo que conllevaría realizar un trabajo así. Se tendría que es camino evaluar y pensar bien para continuar y estar

11. ¿Usted haría más contenido con estas narrativas o continuaría con lo que publica actualmente?

Sí, me gustan los cambios.

12. ¿Por qué cree que no lo aplican estas narrativas?

Se demanda mayor tiempo, mayor creatividad, mayor inversión, no es lo mismo a lo que ya hacemos desde hace tiempo. Es importante que uno se arriesgue para que los demás lo hagan,

no es falta de disposición, pero requiere mayor disposición. Falta en Ecuador mayores universidades que induzcan este tipo de proyecciones periodísticas, curso que actualicen a los periodistas, los que tiene mayores años, ni se actualizan a hacer una redacción en redes sociales o una transmisión en vivo, es complicado apartarse o implementar nuevos cambios.

13. ¿Qué conocimientos necesita un comunicador actual?

Conocer sobre tecnología, redes sociales que es lo que le gusta a la audiencia, saber de todo, un comunicador debe ser completo, conocer sobre agronomía, salud, política, de todo, completo.

14. ¿Qué conocimientos debe poseer el comunicador en la actualidad con toda esta ola de nuevas narrativas?

Si el comunicador quiere implementar las nuevas narrativas no necesita más conocimientos solo mayor dedicación.

15. ¿Dónde estudio su carrera? ¿Todo lo que aprendió lo está utilizando ahora para crear su contenido?

Estudie en la Universidad Técnica de Babahoyo. En cierta manera si, cuando estudie me toco estar en el cambio de lo tradicional a los tecnológico, no había tantos temas que hablen sobre lo que ahora estoy haciendo, sobre la tecnología no había. Si existía, era de menor proporción incluso docentes que ni conocían del tema. Pero, dentro del trayecto de mi vida profesional he ido aprendiendo, y capacitándome día a día. El comunicador debe mantener la disposición de aprender cada día algo más, hoy está en el auge lo digital, pero no sabemos que pase mañana.

Entrevista # 3 “El Detective”



1. ¿Cuándo decidió crearlo, y porque eligió este medio?

A medida que me fueron informando que la radio en la que trabajo iba a cerrar por problema económicos, opte por crear mi propio medio de comunicación digital. Fue un riesgo a tomar, de cierta manera, en ese tiempo no había tantos medios conocidos o con un gran éxito, pero quería seguir ejerciendo mi carrera, así que lo hice, en ese momento no podía registrarlo, pero a partir del 2015 lo hice, sin embargo, desde el 2020, no consta en el listado porque ahora los requisitos cambiaron, requieren que se cree una compañía como tal, por ahora no lo puedo hacer, pero con el tiempo veremos cómo lo resolvemos.

2. ¿Qué tipo de contenido publica?

En su mayoría es contenido informativo

3. ¿Cuál es su horario u agenda? ¿Utiliza un plan de contenido?

No, no llevamos un plan de contenido, la noticia llega y nosotros lo publicamos. Antes, si manejábamos un cronograma, por programas o segmentos específicos, con temas de emprendedores, opinión, deportivo, que les guste a las personas, pero en la actualidad no, publicamos lo que vaya saliendo, las tendencias, coberturas, transmisiones en vivo, los hechos que van ocurriendo. Las redes sociales no te pertenecen, siempre hay que darle movimiento a la página web porque ese sí te pertenece.

4. ¿Cuántas publicaciones hace al día?

Muchas, en internet se está constantemente actualizando, aparte que esto depende también de los hechos ocurridos durante el día.

5. ¿Cuál es su formato o herramienta favorita para crear su contenido a publicar?

El texto, la redacción es muy importante. El texto es lo primero, más allá de la imagen, ahora hay que poner una imagen también que llame mucho la atención, pero a mí enseñaron que el texto es lo más importante en el periodismo.

6. ¿Qué tipo de narrativa periodística transmedia ha utilizado?

No he utilizado. Conozco algunas narrativas, hace poco investigué sobre el tema, pero no es algo que me llame la atención de usar.

7. ¿Ha trabajado en medios de comunicación tradicionales?

Sí, en radio, actualmente trabajo en radio Fluminense, aparte de El Detective.

8. ¿Qué diferencias encuentra al trabajar en un medio de comunicación tradicional y un digital?

Yo estoy a favor de los dos, trabajo en ambos. Los medios tradicionales siento que están más estructurados, los medios digitales son se quedan atrás, pero como alguien que trabaja en ambos, puedo decir que es una gran ventaja contar con los medios tradicionales, ellos tienen mayor ventaja porque poseen dos canales para compartir información mientras que los digitales solo uno. Mucho se escucha que es una desventaja estar en uno u otro, pero no todas las personas tienen internet, al menos en nuestro país. Ahora tienes el cariño en redes y en radio, es una ventaja.

9. ¿Recibe algún tipo de remuneración por el contenido que crea en tu medio digital? ¿Con que contenido en específico?

Publicidades del sector público o privado, es lo principal.

10. ¿Qué opina acerca de estas narrativas nuevas? ¿Las ha observado en medios internacionales? Algunos autores las denominan narrativas híbridas y creen que se deberían agregar a un nuevo género periodístico ¿Cuál es su postura ante este tema?

A mí me gusta leer, yo prefiero escribir, si me han hablado sobre ciertas narrativas que podría usar en mi página web, pero requieren mucho tiempo y esto es lo que le gusta al público que nos sigue.

¿Usted haría más contenido con estas narrativas o continuaría con lo que publica actualmente?

Con lo que estoy actualmente, no lo cambiaría, esto es lo que le gusta al público, me va muy bien, ya están acostumbrados a eso y no creo que se deba cambiar, es nuestro fuerte. Se podría

experimentar después, pero no podemos cambiar lo que está funcionando, nos dejarían de ver o seguir. En la actualiza, si aplacaría nuevas narrativas, me complicaría, pero si quieres mejorar tú medio necesitas a alguien más para que esta constantemente en la página, porque yo contrato a freelancer para que se continúe con el movimiento de El Detective, hacia el futuro y como vamos encaminado no estaría en nuestros planes.

11. ¿Cree que los medios tradicionales ecuatorianos usan estas narrativas? ¿Por qué cree que no lo aplican?

Requiere de riesgo, las personas que nos ven o leen a están acostumbrados a interactuar con lo que hacemos y no podríamos cambiar lo que nos está funcionando, sería un riesgo que pocos se atreverían a correr.

12. ¿Qué conocimientos debe poseer el comunicador actual?

De todo, en lo que se refiere a lo digital, debe saber sobre diseño gráfico, manejo de redes, manejo multimedia, video, producción de video, y más.

13. ¿Cree que el perfil laboral del comunicador ha cambiado con estas nuevas narrativas?

No, con todos los conocimientos nombrados ya puedes empezar a mostrar algo novedoso.

14. ¿Dónde estudio su carrera? ¿Todo lo que aprendió lo está utilizando ahora para crear su contenido?

En la Universidad de Guayaquil, soy licenciado en ciencias de la comunicación social. Claro que no, donde más aprendes es cuando llegas a la vida laboral como tal, con cursos y más.