



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
UNIDAD DE POSGRADO

**ANÁLISIS DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL  
DOCUMENTAL WEB LAS RUTAS DEL ORO: 2015**

PRESENTADA POR  
**HENRY HERNAN ALFARO ROMAÑA**

ASESOR  
**DORIS NEIRA SALDAÑA**

TESIS  
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual**  
**CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SECCIÓN POSGRADO

**ANÁLISIS DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL  
DOCUMENTAL WEB LAS RUTAS DEL ORO: 2015**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

PRESENTADA POR:

**HENRY HERNAN ALFARO ROMAÑA**

ASESORA:

**MAG. DORIS NEIRA SALDAÑA**

**LIMA - PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

A mis hijas Samantha y Rachel, quienes me motivan a seguir avanzando, me permiten ser su ejemplo para que puedan alcanzar mayores logros que los míos.

A mi madre, por ser apoyo continuo a lo largo de sus años. A mi padre, que en el cielo es un recuerdo imborrable en nuestras vidas.

## **AGRADECIMIENTOS**

A todos quienes tuvieron la voluntad de brindarme parte de su valioso tiempo para colaborar conmigo en la realización de este trabajo: productores, colegas, amigos, estudiantes y familiares. A Doris Neira, que con su experiencia me brindó orientación e ideas para alcanzar este logro.

## RESUMEN

El objetivo de esta tesis fue analizar la implementación de las características de la narrativa transmedia en el documental web "Las rutas del oro, 2015", así como si la tipología del mismo permite la participación activa de los usuarios. El presente trabajo utilizó un enfoque cualitativo con diseño fenomenológico y de tipo aplicada. La técnica utilizada es la entrevista en profundidad, así como la observación y el focus group aplicado en 12 jóvenes estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Ciencias de la Comunicación entre los 20 y 28 años de diferentes distritos de la capital y una egresada que radica en la ciudad del Cusco. A ello se le agregó la participación de 5 profesionales productores locales y extranjeros de este nuevo formato, quienes con sus aportes esclarecieron la forma de trabajo, el planeamiento, ejecución y logros que se alcanzan o no tras la producción de un documental interactivo.

De esta manera se pudo analizar los aciertos de producción del documental web Las Rutas del Oro y aportar algunas recomendaciones que pudiesen ser consideradas en una posible segunda parte del web doc en estudio, como también para cualquier otro proyecto de este tipo que se pensara llevar a cabo en nuestro medio local a cargo de alguna institución interesada en este tipo de contenidos o alguna institución educativa que promueva la producción de este novedoso formato audiovisual.

### **Palabras clave:**

web doc, narrativa transmedia, prosumidor, inmersión.

## ABSTRACT

The objective of this thesis was to analyze the characteristics of the transmedia storytelling in the web documentary *Las rutas del oro, 2015. (Behind the dirty gold)* The analysis includes the implementation as well as whether its typology allows for the active participation of users.

The work utilized a qualitative approach using phenomenological and applied type design. The technique used an in-depth interview, as well as the observation of a focus group consisting of 12 students between the ages of 20 and 28. These Communication Sciences students are from different districts of the capital and were joined by a graduate from the city of Cusco. Added to this group were five professional local and foreign producers who contributed and clarified the manner of working, planning, execution. They determined whether or not any achievements had been realized after the production of the documentary.

In this way, it was possible to analyze the success of the web documentary *Las rutas del oro* and *(Behind the dirty gold)* provide recommendations for a possible sequel, currently under consideration. This analysis can also help determine if future projects in other areas are viable in these same areas and can be used to see if educational institutions are interested in the use of this new audiovisual format.

### **Keywords:**

web doc, transmedia storytelling, prosumer, immersion.





## ANEXOS DE FIGURAS

Figura 1. Nota: Adaptado de Karbaúm, 2018 por H. Alfaro, 2021 .....	36
Figura 2. Nota: Adaptado de Jáuregui, 2018 por H. Alfaro, 2021 .....	38
Figura 3. Nota: Adaptado de Jaime Barroso, 2009 por H. Alfaro, 2021 .....	52
Figura 4. Nota: Adaptado de Eva Casado, 2013 por H. Alfaro, 2021 .....	61
Figura 5. Portal de ingreso al web doc Las Rutas del Oro .....	78
Figura 6. Producción y alianzas del proyecto. ....	79
Figura 7. Registro para inicio de navegación.....	80
Figura 8. Elección de inicio de viaje.....	81
Figura 9. Instrucciones de navegación .....	82
Figura 10. Opciones de entrevistar a personajes o continuar el viaje. ....	83
Figura 11. Opciones de desarrollo de noticias. ....	84
Figura 12. Opciones del menú durante el viaje.....	85
Figura 13. Opciones del menú durante el viaje.....	86
Figura 14. Opciones del menú durante el viaje.....	87

## ANEXO DE IMÁGENES

Imagen1: Página web de presentación <i>las rutas del oro</i> . ....	72
---	----

## ANEXO DE TABLAS

Tabla 1. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	78
Tabla 2. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	79
Tabla 3. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	80
Tabla 4. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	81
Tabla 5. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	82
Tabla 6. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	83
Tabla 7. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	84
Tabla 8. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	85
Tabla 9. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	86
Tabla 10. Utilización de subcategorías en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	87
Tabla 11. Respuestas del Focus Group sobre Narrativa Transmedia .....	89
Tabla 12. Respuesta del Focus Group sobre Características de la narrativa transmedia .....	89
Tabla 13. Respuestas del Focus Group sobre relato contado por varios medios y participación del público .....	90
Tabla 14. Respuestas del Focus Group sobre Principios de la narrativa transmedia ....	90
Tabla 15. Respuestas del Focus Group sobre expansión vs profundidad, continuidad vs multiplicidad, serialidad .....	91
Tabla 16. Respuestas del Focus Group sobre Tipología de la narrativa transmedia ....	91
Tabla 17. Respuestas del Focus Group sobre Transmedia táctico y estratégico .....	92
Tabla 18. Respuestas del Focus Group sobre Documental Web.....	92
Tabla 19. Respuestas del Focus Group sobre características del web doc .....	93
Tabla 20. Respuestas del Focus Group sobre multimedialidad, hipertextualidad, interactividad.....	94
Tabla 21. Respuestas del Focus Group sobre Fases de la Producción .....	95
Tabla 22. Respuestas del Focus Group sobre planeamiento, desarrollo y lanzamiento, gestión y mantenimiento .....	95
Tabla 23. Respuestas del Focus Group sobre Participación de las Audiencias .....	96
Tabla 24. Respuestas del Focus Group sobre participación selectiva, participación transformativa, participación constructiva .....	97
Tabla 25. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el planeamiento de un documental interactivo.....	99
Tabla 26. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre la estrategia de mantenimiento del web doc <i>Las Rutas del Oro</i> . .....	100
Tabla 27. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el relato contado por varios medios en web doc <i>Las Rutas del Oro</i> . .....	101
Tabla 28. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el público al que se dirige el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> . .....	102
Tabla 29. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el principio de expansión versus profundidad en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	103
Tabla 30. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el uso de los hiper textos en el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> .....	104

Tabla 31. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre implementación de componentes audiovisuales en el web doc Las Rutas del Oro. ...	105
Tabla 32. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el tiempo de duración de los materiales audiovisuales en el web doc Las Rutas del Oro. ....	106
Tabla 33. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre la participación transformativa del usuario en el web doc Las Rutas del Oro.....	107
Tabla 34. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre la aplicación de la narrativa transmedia en el web doc Las Rutas del Oro.....	108

## INTRODUCCIÓN

A finales de la década de los 80 cuando la industria cinematográfica empezaría a vivir el desarrollo de los adelantos tecnológicos, nuevos aires estarían cobrando la producción de los nuevos productos audiovisuales y dentro de ello los documentales. Sin embargo, fue hasta mediados de los 90s cuando ello obtuvo mayor presencia debido a la digitalización de la imagen, momento a partir del cual se volvería más sencillo para cualquier persona obtener una imagen en el lugar donde estuviese.

El paulatino incremento de la calidad de dicha imagen traería consigo un cambio que marcaría el inicio de un renovado camino en lo que se refiere a la producción de materiales audiovisuales, y en lo referido a la producción de documentales empezaría a presenciar una migración que dejaría la pantalla chica o las salas cinematográficas para poder ubicarse en las pantallas de un computador. Este cambio poco previsible probablemente nadie lo esperaba, no obstante, hasta la forma de consumir hoy en día toda la información que provee un documental ha cambiado y ésta es la razón por la que desde hace 8 o 10 años atrás no sólo vemos, sino interactuamos con un documental.

Al respecto, Gaudenzi (2009) refiere que un nuevo género emerge y al interactuar con el usuario genera nuevas características, por lo que el autor pierde el control sobre su creación y de esta forma las características que el género obtiene no se conocen. Finalmente, el documental termina adoptando formas diferentes a las que el director había impreso en una etapa inicial.

El panorama así se muestra bastante cambiado y el entorno cada vez es más grande ya que las fronteras parecen haberse quebrado gracias al avance de la tecnología, ha hecho que la grandeza de nuestro planeta se muestre como un mundo cada vez más pequeño por el que ya podemos desplazarnos, conocerlo e interactuar con él desde el lugar donde nos encontremos siempre a través de un computador o como lo hacen 'todos', desde un equipo móvil.

Hoy en día son muchos los ejemplos que podemos tomar en consideración para poder describir cuánto ha crecido la producción de documentales web o como también se les llama, documentales interactivos, cuyas procedencias por lo general suelen ser de la península ibérica, no sin considerar las muestras que se pueden haber presentado en algunos países de Latinoamérica como México, Brasil, Colombia, Argentina, entre otros.

A esta lista de países podemos sumarle el nuestro a pesar de que sus muestras no son tan cuantiosas como la de otras repúblicas hermanas, pero no por eso dejan de ser interesantes y aportantes en la calidad de sus contenidos, además del abordaje de la investigación sobre los temas tratados, razón por la cual han sido destacados justamente por el tipo de aporte generado dentro de nuestra sociedad, lo que ha llamado la atención de instituciones o investigadores dedicados íntegramente a la producción de este nuevo formato de producción audiovisual llamado *web doc*.

Por esta razón es que he seleccionado el primer documental web que se ha realizado en nuestro país, ya que el mismo fue promocionado desde su publicación como un producto transmedia, concepto que está muy en boga y que debe de cumplir con ciertas características para ser calificado como tal. En tanto, se analizará el contenido, narrativa, descripción visual y diseño interactivo,

propio de lo que hoy en día es una singularidad de un producto audiovisual como éste.

Habiéndose realizado la presentación del documental web *“Las rutas del oro”* el 07 de julio del 2015, claramente se puede observar el despliegue de investigación que se plantearía el equipo de producción para llevar a cabo la realización de este trabajo audiovisual. Este proceso es el resultado de la utilización de técnicas periodísticas. Al respecto, Robles (2007) refiere que el documental puede valerse de las técnicas del reportaje, de la investigación o de la crónica periodística, pero es antes que ello un lenguaje audiovisual.

Se entiende así que una producción de este tipo tiene como uno de sus objetivos fusionar la técnica periodística a emplearse y de manera adicional la concepción visual, que será una de las características que defina la presentación del trabajo final. De esta manera el periodista se convierte no sólo en un artista que le ha de poner un sello característico a su trabajo, sino que además de una manera muy creativa acercará todo este contenido a un público masivo. En otras palabras, como lo refiere Robles (2007), hay una proyección artística al momento de concebir al documental periodístico, la cual se plasma sobre hechos realmente fidedignos.

Concebir la idea para la realización de un documental implica no sólo tener la decisión de iniciar todo un nuevo proceso de investigación, sino que de manera adicional debe de existir una entrega real de parte del investigador por el tema que ha de desentrañar a medida que avance la investigación. Es pasión lo que sienten los verdaderos documentalistas frente a lo que encuentran en las imágenes y sonidos, siendo ello más significativo que todo cuanto puedan inventar (Barnouw, 2005).

Pensar en la realización de un documental implica por lo tanto poner en la pantalla la recopilación de los hechos tal cual como son. Podríamos decir de la manera más objetiva, a pesar de que cuando se discute el significado real de este concepto se dice siempre que guarda algo de subjetividad, pero como éste no es estrictamente el tema de discusión, sí es bueno indicar que tanto la imagen y el sonido recogido en el lugar de los hechos termina siendo lo que tiene más valor en la producción de un web doc.

Como lo refiere Zavala (2016), los medios ingresan a una revolución digital y el documental web es parte de la misma y se ha erigido gracias al posicionamiento de la computadora y al surgimiento del Internet.

En tanto, *'Las Rutas del Oro'* se presenta como un documental que encaja dentro de las características mencionadas anteriormente y siendo éste el primero de los documentales web realizados bajo esta novedosa forma de producción audiovisual en nuestro contexto, considero en bien hacer un análisis de sus contenidos para saber si cumple con las características de este nuevo formato y a la vez verificar si los profesionales de este medio tienen el nivel de hacer productos como lo exigen estos nuevos formatos audiovisuales interactivos.

De esta manera se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cómo se emplea la interactividad del web doc *Las Rutas del Oro* en el relato contado por varios medios, como característica de la narrativa transmedia?
- ¿La expansión vs profundidad es considerada dentro del planeamiento del web doc *Las Rutas del Oro*?

- ¿Existe una tipología estratégica definida para una participación transformativa de las audiencias del web doc *Las Rutas del Oro*?

Para el presente trabajo, el objetivo general de la investigación es analizar la aplicación de la narrativa transmedia en el documental *Las Rutas del Oro* (2015).

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Explicar cómo la interactividad del documental web *Las Rutas del Oro* se emplea en el relato contado por varios medios como característica de la narrativa transmedia.
- Establecer si la expansión vs profundidad es considerada dentro del planeamiento del web doc *Las Rutas del Oro*.
- Identificar si la tipología estratégica se pone de manifiesto en la participación transformativa de las audiencias del web doc *Las Rutas del Oro*.

Hablar sobre la producción de documentales para una nueva plataforma muy diferente a la tradicional al iniciar la segunda década de este siglo, resultaría ser este tema no muy novedoso para los ejemplos que se obtienen al navegar en la red. Sin embargo, en lo que respecta a las producciones que se realizan dentro del Perú este tema resulta relativamente nuevo ya que las muestras proporcionadas por una producción local no son tan vastas como las de otros países.

Observando las características en común que deben guardar estas nuevas producciones audiovisuales decidí llevar a cabo un análisis sobre uno de los trabajos realizados dentro de nuestro país y catalogados como documentales



web, para demostrar si realmente reúne todas las características que debe de presentar un producto de esta categoría y a la vez determinar si es que en nuestro país ya estamos en capacidad de poder producir nuevos contenidos con esta nueva modalidad de investigación puesta al servicio del usuario, para que el mismo pueda interactuar y ampliar los contenidos presentados.

Como lo refiere Figueroa (2016), estos documentales interactivos son un formato que permiten la participación del usuario a fin que pueda ser gestor y experimente la realidad. Esta particularidad cambia la condición regular de espectador para convertirlo en autor de nuevos contenidos.

Comprobar un análisis de este tipo no sólo nos permitiría cerciorarnos de la calidad de un trabajo como éste, sino también trazar nuevas metas que pueden abrir panoramas mucho más amplios y motivar el inicio de nuevos temas de investigación, Además, la misma modalidad se podría incorporar en el planteamiento de trabajos en la formación de los nuevos estudiantes de periodismo. Esto puede abrir una nueva puerta de trabajo conjunto entre los productores audiovisuales y los periodistas de investigación, pudiendo ofrecer resultados competitivos si cuentan con los lineamientos adecuados y asesorías profesionales que podrían abrir un rubro nuevo en la especialidad.

La viabilidad de la presente investigación cuenta con los recursos materiales y humanos necesarios, así como la debida asesoría metodológica para su realización, quien tiene además la experiencia y relación con productores profesionales del medio. Se cuenta con muchos estudios bibliográficos internacionales relacionados al tema que se han producido en los últimos años luego del auge de este nuevo formato interactivo.

La colaboración de estudiantes nativo digitales de los últimos ciclos de la carrera de Ciencias de la Comunicación, y la experiencia de los profesionales mencionados permitirán esclarecer los objetivos propuestos en el trabajo en marcha.

La poca experiencia en el desarrollo de estos nuevos formatos en nuestra ciudad podría ser una de las limitaciones en el análisis que realicen los profesionales audiovisuales de las diferentes etapas que involucra la construcción de ese mundo transmediático que se pone de manifiesto a la presentación del documental en estudio: *Las Rutas del Oro*. Se convocará la participación de productores internacionales, que se espera atiendan la solicitud a su colaboración con este trabajo académico.

El presente estudio es de enfoque cualitativo y aplica dentro del propio paradigma un diseño fenomenológico.

El siguiente trabajo contiene cuatro capítulos y se estructura de la siguiente manera:

- **Capítulo I:** encierra el Marco teórico referido a los antecedentes del tema de estudio a nivel nacional e internacional. Estas investigaciones académicas reúnen experiencia de casos similares sobre transmedia y sobre el tema de fondo: el documental interactivo. De manera adicional, las bases teóricas propuestas por estudiosos de la comunicación como Castells, Saorín, o algunos autores dedicados últimamente al tema que nos convoca como Jenkins, Scolari, Gifreu, Islas, Liuzzi, Gaudenzi, entre otros, proporcionan los lineamientos para alcanzar los objetivos propuestos.

- **Capítulo II:** explica con detalle el enfoque cualitativo y el aspecto metodológico de la investigación.
- **Capítulo III:** reúne el análisis y resultados del trabajo de investigación basado en la utilización de las técnicas de observación, entrevista a profundidad y focus group.
- **Capítulo IV:** correspondiente a la discusión de todos los logros obtenidos que se desprenden del capítulo III, en base al problema general y los objetivos propuestos, previo a la presentación de las conclusiones.

## **CAPITULO I: MARCO TEORICO**

### **1.1. Antecedentes de la investigación**

#### **A. Antecedentes internacionales.**

Según Liuzzi (2015) en su artículo titulado: *El documental interactivo en la era transmedia. De géneros híbridos y nuevos códigos narrativos*, publicado en la OBRA DIGITAL - ISSN 2014-5039. Núm 8 – febrero 2015.

Explica que: hoy en día hay nuevos escenarios mediáticos los cuales se rigen por nuevos elementos que convergen en su utilidad y aplicación diaria, a lo cual, si se le suma la presencia de las Narrativas Transmedias, nos genera un nuevo panorama para el consumo de uno de los géneros de mayor explotación y utilización como lo es el Documental.

Si antes este producto audiovisual fue analógico, hoy ha sido capaz de reconvertirse en digital, pero no sólo eso, sino que hoy es un producto interactivo y alcanza una alternativa nueva al usuario a participar de manera activa a través de diferentes plataformas. Liuzzi (2015) nos dice que el género documental, que ha cumplido históricamente un rol fundamental en la cultura, adquiere hoy nuevos límites creativos gracias a la tecnología.

El procedimiento metodológico básico de este esforzado trabajo es la investigación bibliográfica, utilizada para obtener datos destacables. Sin embargo, se lleva a cabo un análisis cualitativo de dos producciones con estas nuevas características para determinar los alcances obtenidos bajo el planteamiento e implementación de esta nueva forma de trabajo.

La investigación realizada por Liuzzi sobre dos proyectos de documentales interactivos llevados a cabo en la Argentina, es lo que le

permite concluir que la narrativa transmedia es una nueva forma de producir y consumir documentales. En tanto la principal colaboración de este estudio es comprender como las audiencias actuales forman parte de diferentes actividades y en las que se adueñan de los relatos distribuidos de no-ficción.

Desde la posición de García (2016) en su tesis titulada "*Documental y narrativa transmedia. Estrategias creativas y modelos de producción*", para optar por el grado de Doctor en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla, comprender los verdaderos cambios que puede haber dado el documental tradicional como lo concebíamos hasta un tiempo atrás, procura en tanto como lo cita el autor, estudiar los cambios más destacados al interior del documental contemporáneo considerando el nacimiento e institucionalización de algunas estrategias nuevas para la creación de documentales. A ello hay que agregarle esa pomposidad digital presente en cualquier escenario mediático los cuales están en un constante cambio como consecuencia de la fusión de nuevas ideas y la evolución de la tecnología.

En definitiva, hay todo un proceso de evolución de décadas que han guardado las características aparentemente establecidas e inamovibles de un género que pasea entre el audiovisual y el investigativo para brindar como siempre grandes resultados en la pantalla, sin embargo, hoy en día como dice García (2016) estas formas nuevas de trabajo (que parte desde el mockumentary, pasa entre otros por el documental expandido y llega finalmente al género que se consolida en estos últimos tiempos como documental multimedia o interactivo), permiten una onda expansiva de amplia libertad creativa.

Este estudio cuenta con una extensa y especializada investigación bibliográfica que sustenta el estudio comparativo entre este no nuevo concepto de narrativa transmedia y el cine documental contemporáneo. Este trabajo principalmente interpretativo se sustenta en el visionado y análisis intenso de un cuantioso material de documentales y la revisión de otro tanto de producciones transmediáticas e interactivas.

Esta es la propuesta de la narrativa transmedia para cualquiera de sus puestas en escena, pues lo que busca es la participación del consumidor, que no será una vez más el último, sino el continuador del relato presentado gracias a su interacción y creatividad.

Vázquez, López y Gifreu (2019), en su artículo *Evolución del documental interactivo: perspectivas y retos para su consolidación*, publicado en la revista *Estudos em Comunicação*, precisan que hay todo un proceso de evolución en lo que se refiere a las formas de expresión que conforman el actual ecosistema comunicativo. Todas ellas han evolucionado y han buscado la manera de adaptarse y subsistir ofreciendo las funciones más óptimas para su desarrollo y así poder alcanzar su madurez.

Luego de observar la evolución del género documental y aproximarse al actual estado de desarrollo del documental interactivo, se elabora una exploración del desarrollo de este nuevo formato en los dos últimos años y se proponen un conjunto de cuestiones a resolver surgidas a partir del análisis efectuado.

Para llevar a cabo el desarrollo metodológico se realizó un muestreo discrecional sobre las variables de estudio, así como la aplicación de un

modelo de categorización. La observación y experimentación frente a los productos fueron las técnicas utilizadas para obtener los datos.

A modo de conclusión, se presenta esta forma de la no ficción interactiva como una forma contemporánea, marcada por la complejidad y la hibridación, con desafíos y oportunidades hacia su institucionalización y en el encuentro con nuevas tecnologías.

## **B. Antecedentes nacionales.**

Desde la posición de Muñoz (2018), quien en su tesis titulada: “*La narrativa transmedia en el nivel de logro de aprendizaje de la asignatura de Comunicación Digital de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres*”, para obtener el grado de Maestro en Ciencias de la Educación en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

Explica que la narrativa transmedia impulsa series de enseñanza y movilización social. En el área de la exploración, aporta nuevos conocimientos de soporte digital, ampliando nuevas estrategias de aprendizaje y promoviendo una educación colaborativa y participativa, a través de la aplicación de su metodología en los ámbitos educativos y sociales.

El autor precisa que la narrativa transmedia es un componente primordial para el desarrollo y creación de nuevos argumentos periodísticos, de comunicación, educativos y de otras áreas; por su disposición de presentar temas en formatos con múltiple lenguaje y a través de variadas plataformas digitales y multimedia.

El método utilizado fue el observacional - cuantitativo - experimental. El diseño fue el cuasi-experimental. La información se obtuvo utilizando los instrumentos denominados rúbrica de conocimientos, los que fueron aplicados en dos momentos denominados pretest y posttest. De los resultados se puede inferir con un nivel de significancia de 0,05 que el grupo experimental mejora su rendimiento, en mayor medida, que el grupo control.

Esta investigación concluyó que el uso de las narrativas transmedia como estrategia didáctica mejora en forma significativa el horizonte de logros de enseñanza de la asignatura de Comunicación Digital de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la USMP de Lima, año 2018.

Para Chumpén (2017), en su tesis titulada: *“Narrativa transmedia y su relación con el comportamiento del prosumidor a través de la campaña publicitaria “Leyes de la amistad de Pilsen”, año 2016”*, para optar por el grado de Maestro en Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres.

Explica que las estrategias de comunicación publicitaria han cambiado ya que quienes intervienen dentro del proceso comunicativo juegan otro papel gracias a la convergencia digital y mediática. Es en este proceso donde aparece el rol del prosumidor con una nueva forma transmediática para contar la historia, generando aportes de nuevos fragmentos los cuales de manera colectiva construyen el universo de la campaña.

El autor dice que a través de la campaña *Leyes de la amistad Pilsen*, se propone una definición de publicidad transmedia en la que se identifica la



calidad de la experiencia que bajo los aportes del prosumidor le genera valor a la marca.

El diseño metodológico de esta investigación presenta un enfoque cualitativo, una investigación de tipo aplicada y de diseño fenomenológico. Utiliza un método de investigación inductivo, analítico, interpretativo y hermenéutico.

De manera final el trabajo concluye relacionando de manera significativa la narrativa transmedia con el comportamiento del prosumidor, lo que le genera valor a la marca y crea un vínculo con una carga emocional entre marca y consumidor.

## **1.2. Bases teóricas**

### **1.2.1. Teorías de la comunicación**

#### **A. Teoría de la Ecología de Medios.**

La Ecología de Medios no es sólo un enfoque teórico basado en los aportes de investigadores como Marshall McLuhan, Neil Postman, Harold Innis y Walter Ong, considerados los precursores y padres fundadores de esta teoría, quienes asumen estudiar la problemática bajo un enfoque ambiental.

Por otro lado, y de manera mucho más actual, la Ecología de los Medios es una especialidad de pequeñas partes que componen una disciplina, las cuales se fusionan con fracciones de otra y cuyo resultado son el centro de estudio de todas estas transformaciones que la tecnología junto

a los medios de comunicación es capaz de producir en referencia a la evolución de nuestra historia (Islas, 2015).

El término *ecología* está referido al estudio de ambientes, es decir, todo un método de mensajes que crea en el hombre maneras de ver, de manifestar y finalmente, de proceder. Si se considera que los ambientes a los que nos exponemos hoy en día no son sólo formales como un aula de clase u oficina, sino que hoy en día existen ambientes mediáticos para acceder a la radio, televisión, libros, cine, entre otros, los comportamientos de los seres humanos son informales ya que la interactividad se genera con una máquina.

Esta teoría sigue vigente ya que se amolda a los cambios y adaptación de los medios de comunicación y estando el internet presente en nuestras diferentes actividades, la tecnología hoy forma parte de estos ambientes en donde los medios antes mencionados han cambiado esos ecosistemas.

El crecimiento y la amplitud de la gran red mundial, la presencia de una nueva generación de medios digitales interactivos y los nuevos procesos mediáticos han renovado el interés por un enfoque integrado donde los medios de comunicación convergen e hibridan sus características renovándose de manera progresiva y cada vez en menos tiempo muestran sus cambios y nuevas características.

Por tanto, la importancia de esta teoría es como Scolari (2015) refiere que la ecología de los medios no se concentra de manera especial en ningún medio ni en alguna etapa específica, ya que inicia desde la aparición del

lenguaje, prosiguió con las expresiones orales para llegar a la escritura y por consiguiente a la vida digital en la que estamos, sin escatimar probables escenarios futuros en los que seamos partícipes.

Todo lo que este nuevo hábitat requiere para mantenerse vigente y en evolución se respalda en esta teoría, donde las narrativas transmedia y el proceso de la evolución tecnológica son hoy en día los personajes por excelencia de todo este proceso que vivimos.

## **B. Teoría de la Sociedad de la Información.**

Al expresar “sociedad de la información” se puede distinguir en la sociedad actual la trascendencia que se le ofrece a la comunicación y la información, las cuales se relacionan con las actividades económicas, culturales y sociales.

El concepto sobre sociedad de la información surge entre la década del 60 y 70 (siglo xx). Autores relevantes son los que han utilizado en sus publicaciones el término sociedad de la información tales como el sociólogo japonés Yoneji Masuda (1961), Machlup (1962), Nora & Minc (1978), además de John Naisbit (1980) y Masuda (1984) con la *sociedad informatizada como sociedad post-industrial*, obra que popularizó la expresión de “sociedad de la información”. Alfonso, I. (2016).

Diez años antes de concluir el siglo pasado, Manuel Castells, sociólogo, aparece con un nuevo enfoque llamado la sociedad de la información. Esta nueva organización fusiona la economía y la sociedad, llevando la información a convertirse en conocimiento. Lo relevante de este

proceso sería la velocidad con que la información es capaz de poder generarse, transmitirse y ser procesada. Surge así un nuevo elemento dentro de la sociedad que rápidamente empieza a posicionarse y a expandirse entre sus miembros.

Canals (1997) en razón a la evolución de la tecnología y la sociedad refiere que la información se comporta de manera simultánea como un recurso que ahora tiene un valor, a la vez es un recurso que le pertenece a la ciudadanía porque forma parte de su cultura, sus momentos de ocio y a la civilidad de sus integrantes, además se incorpora al sector industrial.

Saorín (2002) señala que los procesos más destacables dentro de la sociedad de la información logran organizarse en torno a redes, las mismas que llevan al estudio de las nuevas formas sociales.

Al observar el tránsito de la sociedad industrial a una sociedad de la información permite visualizar un veloz desarrollo y uso creciente de las tecnologías de la información y de la comunicación, todas ellas apoyadas en el constante uso de las computadoras, lo cual genera un impacto considerable en los diferentes aspectos de la vida, la cual si la comparamos con las sociedades del siglo xix sustentadas en el uso del vapor frente a las del siglo xx apoyadas en forma sustentable en el uso del petróleo y la energía, claramente nos muestran las diferencias entre la forma de la vida actual que llevamos y la que se vivió treinta o cuarenta años atrás.

No hay duda de que todo ha sido un proceso a lo largo de algunas décadas. Primero transformar datos sueltos en algo mucho más importante: información y luego dicha información convertirla en conocimiento, para

devenir en los albores de este nuevo siglo en cómo se gestiona, se comparte y expande el mismo.

La sociedad de la información cuenta con nuevas tecnologías, aquellas que protagonizan la convergencia, poseen una característica que la diferencia de pasadas generaciones tecnológicas: presentan un hardware y software. Este último ha permitido ampliar los procesos de interacción facilitando su reconversión y reordenamiento para variados fines, dentro de ellos la condición de interactividad, el lenguaje multimedia y la capacidad para eliminar barreras de espacio y tiempo. Crovi. (2005).

Podemos estar frente a una industrialización en crecimiento de la información, la cultura, lo que nos lleva como consecuencia al engrandecimiento de un sector relacionado al mundo de las comunicaciones, el cual hoy en día tiene un amplio interés económico no sólo a nivel nacional.

De manera complementaria, Ontalba, J. (2007) afirma: “Además, la misma sociedad de la información vuelve obsoletos los conocimientos que adquirimos, con lo que se ha de estar predispuesto a la formación continua a lo largo de la vida para actualizarlos” (p.5). Una posición evidente frente a la realidad que vivimos la que sugiere Ontalba. Día a día se generarán conocimientos nuevos que se podrán incorporar a la vida diaria para mantenerse actualizado. Esta es una característica de una sociedad sustentada en la información y en la construcción de conocimientos los cuales deben ser distribuidos pues cumplen un papel importante que da acceso a la teoría y la práctica del saber.

### 1.2.2. Narrativas transmedia

La opinión más representativa respecto al término es justamente la del propulsor del tema, Henry Jenkins, quien manifiesta lo siguiente en una entrevista con Carlos Scolari (2013):

Hay mucha confusión sobre lo que es transmedia. Hace unos años se hablaba de interactivo, en ese momento era cool... Era como hablar de atómico o edad espacial en los años 1950, son significantes vacíos que no se refieren a nada en particular. Tampoco estoy de acuerdo con la Producers Guild of America, quienes consideran que un proyecto transmedia debe involucrar al menos tres medios o plataformas. Es una arbitrariedad. Yo creo que si agregamos de manera enriquecedora un filme y una web se puede conseguir una experiencia transmedia completa y representativa. (p.34)

Al paso del tiempo, el ser humano siempre ha buscado la forma de hacer colectivas sus creaciones. Peiró (2017) refiere que ha sido a partir de los años 90 con la irrupción del internet que numerosos creadores comenzaron a explorar maneras de contar historias que entretuvieran al público utilizando nuevas plataformas. Y ésta es la época en la que nos encontramos, en donde todo se comparte, desde el lugar dónde estás, una acción o una simple opinión o postura sobre cualquier tema. Esta conducta o comportamiento del ser humano es lo que nos ha traído hasta aquí, a la evidencia de una cultura participativa estemos en el lugar donde estemos.

De la premisa anterior, citamos a Karbaum (2018) respecto al tema en mención: “La cultura participativa es un fenómeno propio de las narrativas transmedia. Su condición primordial es que el público asumió un rol activo en relación con los contenidos transmediáticos” (p.52). Esta es la razón por la que el ser humano adopta un comportamiento que considero es propio de su naturaleza, pues siendo evidentemente social es pues participativo y ello lo lleva a dejar muestra de su paso por donde va, así que si hoy es posible gracias a la multiplicación de las redes sociales poner de manifiesto su opinión por donde transite, pues irá dejando muestra de lo que piensa, siente y es capaz de hacer para evidenciar o mostrar su atracción, satisfacción o desagrado respecto al tema que lo convoque.

Finalmente, y para cerrar esta idea, en su artículo titulado Redes Sociales, RD Station (2017) cita: en la sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX.

Con la presencia del internet, desde finales de los años 90 estas redes empezaron a aparecer y eran contadas con los dedos de las manos, pero tras la desaparición de unas aparecieron otras, de diferente índole u objetivo y muchas de ellas se mantienen cada vez con mayores atractivos, pues también cambian o se actualizan en función a las necesidades de sus usuarios, volviéndose novedosas e invitando a nuevos usuarios a hacer uso de ellas.

Por otro lado, los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio y los medios escritos no han podido ser ajenos a tan atractiva invitación, por lo que han incurrido en el uso de dichas redes,

proporcionando información a través de estas vías y generando que el usuario final tenga la posibilidad de expresar una opinión respecto del mensaje que se le alcanza.

Cabe indicar que en la medida que el tiempo ha transcurrido, cada vez son más las vías para poder difundir un mensaje, discurrendo por cada una de ellas no necesariamente lo mismo, tal como Scolari (2015) precisa al referirse a multiplataforma como los diferentes soportes mediáticos (redes sociales libros juegos películas que permiten desarrollar la misma idea y, complementándose los unos con los otros sin repetir sus contenidos, tal cual como las piezas de un rompecabezas, donde cada cual tiene la particularidad de poseer una unidad narrativa, es decir que de manera individual se le puede ver, entender y disfrutar.

Y ya que se hace referencia a las multiplataformas valdría agregar la definición sobre Narrativa Transmedia que Costa y Piñeiro (2012) citan: “aquellos relatos interrelacionados que están desarrollados en múltiples plataformas, pero que guardan independencia narrativa y sentido completo” (p.112).

Finalmente, como mencionó Jenkins (2003), en el artículo que se publicara en *Technology Review*, al comienzo de esta larga historia, cuando una de estas plataformas se utiliza para consumir un mensaje en el que participa un usuario final, todo se certifica como un proceso transmedia.

#### **1.2.2.1. Características de la narrativa transmedia**

Los medios tradicionales como los diarios, la radio, la televisión, todos ellos invadidos por la internet finalmente han coincidido de manera



totalitaria y hacen uso de ella convirtiéndose a su vez en un punto donde convergen todos ellos. Se ha producido una fusión y las ventajas que propone la tecnología a este nuevo encuentro con los medios de comunicación han hecho posible que se generen nuevos contenidos con características propias, tal cual como las presenta las narrativas transmedia.

Valga indicar que el uso de los teléfonos móviles ha colaborado en demasía respecto de la cantidad de contenidos que hoy en día uno puede encontrar en las redes sociales, por lo que estos dispositivos electrónicos han llevado al receptor de una conducta pasiva a una participación activa. Sobre el tema, Jáuregui (2018) refiere la simplicidad del principio al decir que el consumo sobre los contenidos es una cultura que ha cambiado en el espectador. Se ha producido un cambio, de esa forma pasiva y de un solo sentido en la que los medios producen hacia el consumidor, hacia una cultura donde hoy en día el consumo es participativo.

Tras lo mencionado podemos precisar finalmente que las características de las narrativas transmedia se resumen prácticamente en dos situaciones: la primera de ellas referida a relatar o contar una historia a través de múltiples medios y plataformas de comunicación. Y la segunda y probablemente la más importante, es aquella en la que una considerable parte de consumidores asumen una participación privada en el proceso de expansión del relato (Jáuregui 2018).

## **A. Relato contado por varios medios**

La mayor parte de todos estos relatos nuevos se producen a través de las redes sociales, las cuales albergan estos contenidos en forma de capítulos y alternativos finales para las historias. Los prosumidores del siglo XXI son activos contribuyentes de las historias que les apasionan (Scolari, 2013).

Aunque no es preciso objetivo de este trabajo explayarnos sobre las redes sociales, vale considerar algunas apreciaciones como las que sugiere Saldaña (2013) al decir que en el ámbito laboral se considera una influencia marcada, ya que es posible compartir cualquier tipo de información entre los colaboradores lo que da opción a ampliar contactos, compartir conocimiento y reducir el tamaño y extensión de la correspondencia electrónica.

Pero ésta es sólo una de las formas de utilidad de las redes sociales. Ellas no sólo están presentes en actividades de ocio o entretenimiento, sino también en actividades informativas, incluso en negocios que utilizan dichas redes.

La participación de las personas dentro de este ecosistema mediático les ha brindado a estas plataformas algunas características en donde el propio usuario se convierte en el protagonista de este nuevo mundo en el que se establecen relaciones personales, se evalúan oportunidades de trabajo, se intercambian diferentes tipos de contenido e incluso en el aspecto sentimental, se llega a buscar pareja.

Dentro de las plataformas más utilizadas podemos mencionar YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Latin Cupid, Tinder,

Whatsapp, Telegram, entre otras, pero todas ellas capaces de transmitir una posición o relato de algún usuario deseoso de compartir con el mundo lo que piensa, siente, desea, o una simple idea que dará pie a un nuevo relato.

Algunas de ellas son las utilizadas para compartir este material de estudio. Sin embargo, no necesariamente concierne el tema central de interés el saber cómo se comportan estas redes, sino cómo se vuelven la vía en su proceso de difusión del mensaje.

## **B. Participación de los usuarios**

El usuario que finalmente asume este rol participativo en la creación o generación de estos nuevos contenidos que extenderán el relato han dejado de ser simples consumidores para volverse productores de nuevos contenidos.

A lo largo de muchas décadas, la sociología de la comunicación ha utilizado el término 'audiencias', la economía política 'consumidores' o 'receptores' la teoría de la información. Sin embargo, la introducción del término 'usuario' en los estudios de comunicación y de usabilidad precisan que esto es una consecuencia directa de la crisis del broadcasting y sus teorías, como lo refiere Guerrero, M. (2016) en su artículo "*Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: El caso de los crossovers*".

'La ecología de los medios', aquel enfoque teórico postulado por algunos investigadores de la comunicación como McLuhan, Neil Postman, entre otros, quienes afirmaban que los medios necesitaban de

una relación constante con otros medios para tener un sentido. Pero las sociedades han evolucionado a la par con los medios de comunicación y hoy vemos como los medios se adaptan a nuevos modelos de transmisión del mensaje y como muchos otros tratan de subsistir a la ola de cambios o la posible extinción de algunos de ellos. (Scolari, 2015)

Esta es la razón por la que las audiencias de hoy se han convertido en los productores de contenidos que forman parte de una nueva ecología mediática donde ya no son simples receptores de un mensaje como cuando se sentaban en silencio a leer un diario o a ver televisión, sino forman parte de una nueva red digital que alberga a millones de productores de nuevos contenidos.

- **Prosumidor**

Este término hoy en día ya es un término familiar. En 1972, en el libro *Take Today*, Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, anticiparon el concepto “prosumidor”, haciendo referencia a que los avances de la tecnología electrónica harían posible que el consumidor asumiera en forma simultánea tanto el rol de productor y consumidor de contenidos. (Islas, 2008).

Es esta la característica básica del prosumidor, aquel individuo que no sólo consume productos, sino también es capaz de producirlos, por estar siempre a la expectativa de una búsqueda constante de nuevas experiencias y respuestas que satisfagan una necesidad intrínseca propia de su ser.

De esta forma Islas (2008), en su artículo cita a Friedman (2006), al referirse que, con tanta información en las redes, el prosumidor

muestra no sólo un deseo sino una capacidad de búsqueda que denota la afirmación de su independencia, palabras de Erich Schmidt, director general de Google:

La búsqueda es una tarea tan personal que revierte en una emancipación sin igual del ser humano (...) es lo contrario de que te digan o te enseñen. Se trata de dotarse de medios que te emancipen, es la atribución de poder al individuo para que haga lo que considere mejor con la información que desee (p.169).

Este es el papel del prosumidor en nuestros tiempos y mientras más transcurre y se desarrolla la tecnología, mayor será su presencia y colaboración. La participación de los prosumidores en la generación de nuevos contenidos no les da una condición de enemigo o ladrones de los mismos. Por el contrario, los productores transmediáticos deberían generar y proteger lazos con ellos, puesto que gracias a los contenidos que los prosumidores generan es que el mensaje se expande (Scolari, 2013).

Montoya (2019) en su tesis 'La crítica cinematográfica y las narrativas transmedia en los contenidos de Cinesmero', dice que los prosumidores no pueden dejar de apropiarse de un contenido, transformarlo y distribuirlo por la red. Algunos optan por sobrepasar su rol productivo y extienden el relato creando nuevos personajes e historias, otros crean falsos avances o realizan parodias.

Si se trata de clasificar a estos nuevos productores de contenidos mediáticos, Karbaum (2018) propone una clasificación de prosumidores: analógicos, digitales y móviles.

En un principio, los prosumidores analógicos hicieron uso de cámaras de video que utilizaban cintas magnetoscopia, así como se valieron de los rollos fotográficos para poder conseguir fotografías. En una segunda etapa, los digitales ya se valieron de un computador y cámaras que codificaban su señal en base al código binario para generar sus contenidos. De manera final, los prosumidores mediáticos móviles utilizan simplemente el celular para poder crear y distribuir sus contenidos.

### **Evolución de los Prosumidores**

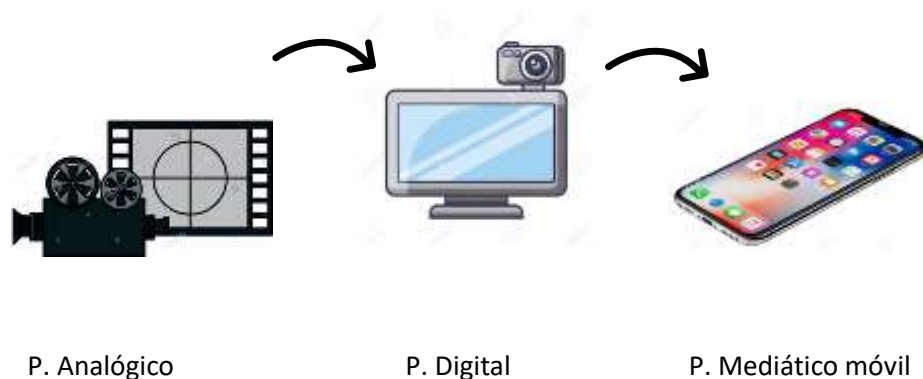


Figura 1. Nota: Adaptado de Karbaúm, 2018 por H. Alfaro, 2021

Si a esto le sumamos como herramientas colaboradoras el internet y las redes sociales obtendremos de manera final una mayor presencia de estos prosumidores y sobre todo de sus producciones o contenidos. “El ciudadano puede comunicar sus historias de manera

global sin las dificultades que antes le planteaba la producción analógica”. (Karbaum, 2018).

#### **1.2.2.2. Principios de la narrativa transmedia**

Como lo dice Jáuregui (2018) vale la pena destacar que Jenkins desglosó siete principios que no deben perderse de vista cuando emprendemos proyectos transmedia o convergentes.

Es el mismo Jenkins (2008) quien define convergencia de la siguiente manera: el control de los medios es asumido por nosotros en la medida que ingresan en nuestras vidas y esta particularidad es la esencia de la cultura de la convergencia. Es un mundo que aloja una multiplicidad de canales de comunicación donde se desenvuelve cada historia, imagen, sonido, marca, relación de pareja.

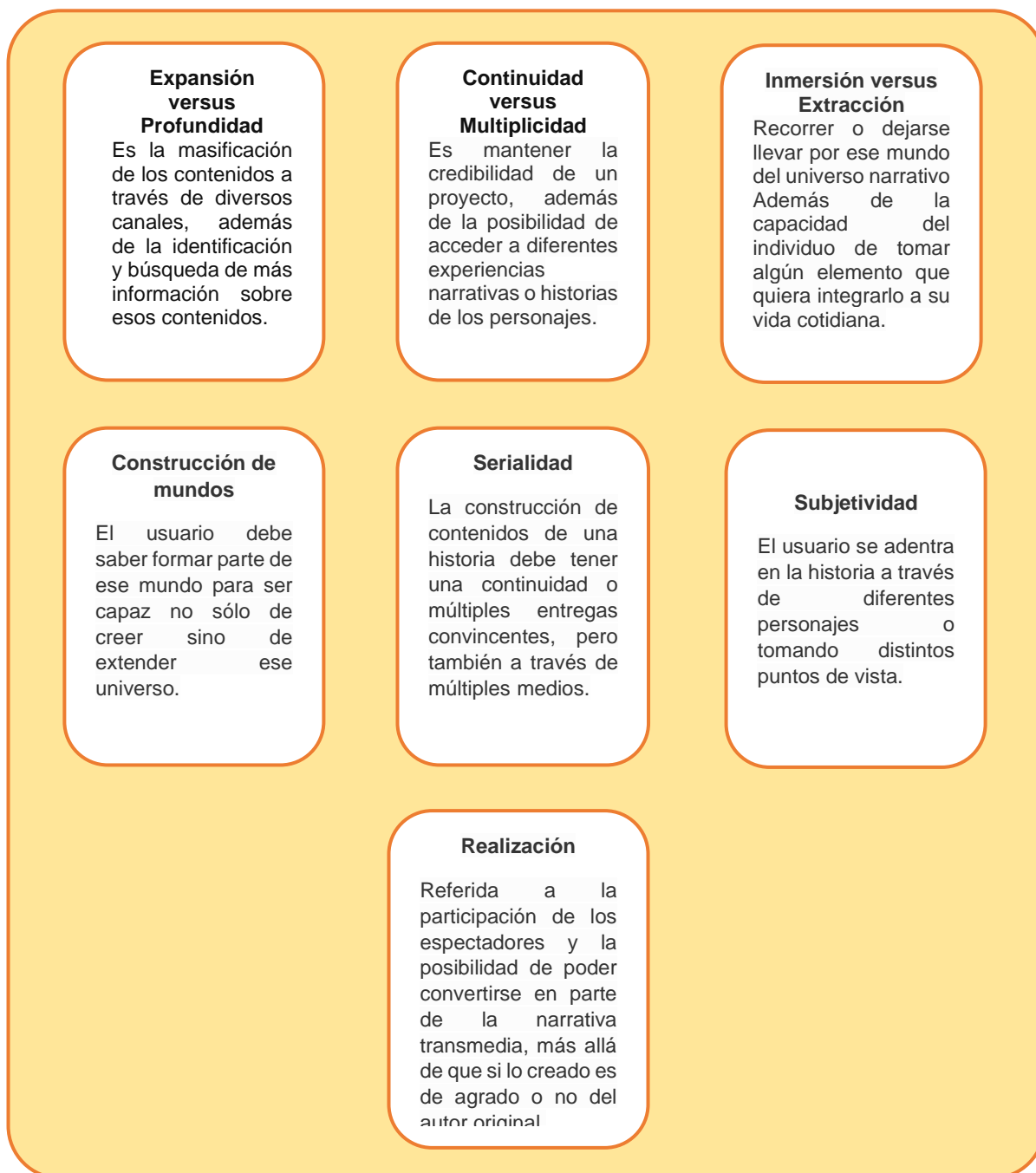


Figura 2. Nota: Adaptado de Jáuregui, 2018 por H. Alfaro, 2021

Estas son las características que hoy en día son parte de las nuevas producciones audiovisuales que se siguen consumiendo a través de múltiples plataformas y medios tradicionales. Es bueno, por la misma razón, tener presente que los medios televisivos o casas productoras



empiezan a considerar como parte de los requisitos nuevos que debe de tener un comunicador de esta época es justamente el generar contenidos transmedia, ya que la tendencia señala que las nuevas producciones deban de considerar siempre la participación del usuario final, el cual como ya he mencionado no es sólo un consumidor sino un productor de nuevos contenidos.

En tanto hemos de profundizar en tres de las siete características mencionadas bajo las cuales debe enmarcarse el planteamiento de un documental transmedia.

#### **A. Expansión vs profundidad.**

Para entender la forma de cómo los mensajes se pueden expandir, Jenkins (2008) hace uso del término capacidad de propagación, con lo cual se refiere al compromiso del público y la capacidad que posee el mismo para que los contenidos se puedan compartir y asimismo expandirlos haciendo uso de diferentes canales.

Pero todo esto a lo que él se refiere realmente se sustenta en la amplia cantidad de contenido que existe, el cual se toma como propio para que puedan ser diversificado por diferentes medios.

Cuando se habla de profundidad se refiere a la cantidad de información que está dispuesta para el público, la cual se interioriza por el usuario según la identificación o afinidad que se siente por ella. Mientras más cuantiosa sea la información a disposición del usuario, el universo será más grande en el cual pueda navegar.

## **B. Continuidad vs Multiplicidad**

La continuidad está referida a la posibilidad que tienen los seguidores para poder seguir contando historias. Esta debe ser siempre una opción abierta pues es la tarjeta de invitación al ingreso de estos mundos donde los fans tienen la capacidad de crear este mundo ficticio, en donde todos estos fragmentos logrados puedan ser armados de manera posterior como un rompecabezas y obtener finalmente el significado deseado.

Por su parte, la multiplicidad ofrece las vías para la creación de nuevos contenidos por parte de los usuarios, quienes propone para los personajes creados nuevas experiencias, las cuales amplían sus mundos y circunstancias.

Como lo refiere Reguillo (2012): los usuarios hacen uso activo de dispositivos y generan contenidos, convirtiéndose en autores. De esta forma, los usuarios tienen consigo las herramientas y finalmente son generadores de nuevos contenidos.

## **C. Serialidad**

Este principio hace referencia a la frecuencia con la que se dosifican los contenidos de un texto narrativo. Como dice Jenkins, en su blog, (<http://henryjenkins.org/>): “La serialidad implicaría el desarrollo de una historia a través del tiempo, normalmente a través de un proceso de despedazamiento (crear pedazos significativos de la historia) y dispersión (dividir la historia en entregas interconectadas).”

Cuando se hace referencia a dosificar el material audiovisual que se proporciona al usuario, no se habla de un procedimiento nuevo sino

más bien de un proceso que suele utilizar la televisión tras muchas décadas en el tiempo. Hoy seguramente es lo que de manera habitual constituye la forma como se consumen la series. Es decir, la forma fragmentada de la información y en tiempos ya establecidos bajo los cuales se le proporciona al usuario dichos contenidos. Hoy en día es lo que se conoce como temporadas.

Es así como se construyen enigmas que han de mantener al espectador siempre en expectativa hasta el estreno del siguiente capítulo que dé respuesta a sus preguntas. Probablemente en esta parte, se deba medir qué tanta información se le proporcionará al usuario y cuándo deba de hacérselo.

### **1.2.2.3. Tipología de la narrativa transmedia**

Para que un relato pueda ser considerado transmedia deben existir dos momentos importantes, según Henry Jenkins (2003). Primero debe haber una *expansión*, eso quiere decir diferentes fragmentos de una sola historia narrativa puedan ser contados a través de dos o más formatos o medios. Y lo segundo, es cuando las audiencias o receptores generan participación, través de la cual modifican, intervienen o generan cambios en algún pequeño segmento de los contenidos originales del productor, generando así algún elemento novedoso dentro de la narrativa propuesta.

En tanto, podemos precisar que estamos frente una narrativa transmedia cuando existe dentro de la misma expansión y participación.

Si la expansión de la narrativa es anticipadamente planeada, es considerada como estratégica, pero si ella se expande como propio resultado de las reacciones del entorno, entonces su naturaleza será táctica.

La función fáctica o estratégica determina en buena medida la utilización de diversidad de textualidades y medios para la expansión y la participación (Scolari, 2009).

### **A. Transmedia táctico**

Aquellas producciones que no cuentan con una debida planificación resultan estar en esta categoría. Eso quiere decir que nacieron como obras mono mediáticas exitosas que, al tener una buena respuesta por parte de los consumidores, se expandieron a la conquista de otros públicos y audiencias. (Scolari, 2013).

No sabemos si se mantendrán estas estructuras de trabajo en lo que deviene del tiempo. Lo que sí se sabe es que cada vez existe un incremento en la demanda por aquellas historias que presentan una estructura transmediática, lo que en realidad sería una muestra de esta etapa primigenia de este tipo de narrativas.

Un ejemplo clásico que se cita en referencia a este tipo de transmedia es la película de Star Wars, puesta a los ojos del mundo en mayo de 1977. Era evidente que su alcance y sobre todo la repercusión que generaría en el público nadie lo esperaba, pero llegó a convertirse finalmente en uno de los contenidos más representativos de esta nueva cultura de masas.

Una década después, en 1987, ese mundo imaginario de Star Wars generado por su creador George Lucas, se expandiría más allá de la pantalla grande a cómics, videojuegos, series animadas y novelas.

Hablar de Star Wars no es referirse sólo a los personajes principales de esta historia, sino por el contrario, ver que a más de cuatro décadas de presentada la historia original, el universo creado por Lucas pareciera ser que no tiene fin, pues se siguen presentando historias de personajes que fueron apareciendo en alguna de las tantas películas de esta saga y hoy cobran mayor presencia porque continúan desarrollando y expandiendo el universo creado, extendiendo la historia con la misma coherencia desde su inicio.

Si a esto le sumamos el material producido por los seguidores o fans de dicha historia (historias, personajes, naves, etc.) obtendríamos finalmente un relato genuinamente transmediático, que no nació como tal, pero es como el mundo lo reconoce.

## **B. Transmedia estratégico**

En la actualidad, este resulta ser el mayor de los desafíos para los creadores de historias que conciben desde su origen un mundo transmedia. Son ideas cuya perspectiva transmedia parte desde su planteamiento inicial, lo cual quiere decir que parten de una Biblia que concibe aspectos de guion, plataformas, interacción, experiencias por vivir y hasta el modelo de negocio. Todo pensado desde la concepción.

Barroso define la Biblia como “catálogo de instrucciones que determina los parámetros narrativos y de producción” (2002:303). Bajo

un concepto transmedia, esta biblia se adaptaría según las necesidades que presentara el proyecto.

Lo más adecuado para un proyecto de este tipo sería una historia compleja, con muchos personajes y ambientada en un mundo donde no se viva experiencia, sino se convierta en el escenario para mil experiencias más, tal cual como lo menciona Jenkins (2008), el transmedia es el arte de construir mundos.

Resulta sencillo entender que la concepción de un proyecto transmedia y una historia nueva en términos de inversión es más arriesgado, pues hay que trabajar sobre los públicos implicados desde el primer momento.

Es por eso que este tipo de planteamiento llamado también 'transmedia nativo' una vez que han aparecido se han dirigido a audiencias focalizadas, las cuales podrían estar interesadas en un nivel más alto de lectura, de profundidad y mayor contacto con la historia.

Este tipo de creaciones considera desde el principio la redacción del guion, lo cual tiene presente los antecedentes de la historia, los personajes que presenta, la evolución de los mismos y el universo en el que se desarrolla la historia en mención.

Esto nos hace pensar en que no es del todo sencillo presentar un proyecto transmedia desde su origen, razón por lo que en nuestro medio no hay contabilidades que reúnan las características sobre este tipo de producciones, ya que en el fondo es también un riesgo de inversión.

Scolari (2013), cita las palabras de Jeff Gómez, CEO de Starlight Runner Entertainment, “incluso a los grandes estudios de Hollywood les resulta difícil predecir el éxito de un producto; desde esta perspectiva, pocos están dispuestos a invertir en contenidos para muchas plataformas y medios desde el principio”.

Diseñar un proyecto transmedia implica la construcción de un mundo en el que se van a desarrollar las historias, determinar los lineamientos maestros de las narraciones, además de las plataformas que han de utilizarse para la participación y la experiencia que encontrarán los visitantes, usuarios y jugadores. Un proyecto de este tipo implica incorporar a un transmedia producer, el cual está encargado de las diferentes etapas de la producción. Es decir, desde la creación de los guiones, implementar estrategias para que la audiencia participe en el nuevo proyecto, así como de la distribución del producto final.

### **Componentes de un proyecto transmedia**

Desde el planteamiento de una narrativa transmedia se deben de considerar tres factores importantes dentro de toda historia:

- El lugar: todo mundo narrativo transmediático propone siempre una ubicación geográfica en donde la historia se ha de desarrollar.

- El tiempo: hay una historia que involucra a todos sus personajes desarrollándose la misma de manera lineal, saltando hacia el futuro o pasado, o sencillamente detonando el eje central. Como lo dice Lloret, P. (2015), cuándo se crea un relato se hace necesario recurrir

a las elipsis, y en ello un papel trascendente lo asume la narrativa transmedia: lo que un medio no es capaz de mostrar lo puede hacer otro.

En el artículo '*Fases de un proyecto transmedia*' de Pablo Lloret (2015), Aaron Smith sostiene que el productor transmedia debería incorporar saltos estratégicos dentro de la narrativa y reservar estos saltos para ser completados a través de extensiones narrativas.

- Personajes: toda historia transmedia trae diferentes personajes y unos que destacan más que otros, los cuales presentan un conflicto y mantienen siempre una lucha por conseguir su objetivo. Esta característica del personaje es lo que propicia la propuesta de nuevas narrativas porque queda establecido la relación que se mantiene entre el usuario y el personaje de la historia.

Además de los componentes del proyecto transmedia es importante señalar tres factores que no hay que dejar de lado durante el proceso de creación de un producto interactivo:

Experiencia: el producto terminado se destina al usuario con la única finalidad de que el mismo participe y genere una interacción con la historia. Los fans reciben un mensaje en específico y generan una interacción en calidad del papel que cumplen como prosumidores. Aquí se pone en juego el papel que cumplen en la expansión del producto cuando empiezan a crear nuevos textos que devienen del original.

Audiencia: en razón de los productos transmedia, estos sí guardan una distancia de la forma tradicional o convencional de todos los productos que se dirigen a un público en específico. Aquí sí se considera de manera más puntual el tipo de audiencia e incluso las plataformas a



utilizarse para la difusión del mensaje, ya que se precisa el tipo de público elegido.

Medios/plataforma: se sabe que una historia se puede difundir a través de diferentes vías, pero la evaluación del tipo de público que se busca afinará la elección de la plataforma correcta según el planteamiento transmedia que haya definido el equipo de producción, quiénes saben el lugar, el momento y la forma para expandir dicha narrativa.

### **1.2.3. Documental web**

Se habla mucho de los documentales incluso desde sus inicios y su permanencia a lo largo del tiempo. El documental es una representación de la realidad o como lo refiere Robles (2007) al citar la Real Academia dice que es un adjetivo “dicho de una película cinematográfica o un programa televisivo que representa, con carácter informativo, pedagógico o didáctico, hechos, escenas, experimentos, etc., tomados de la realidad”. (p.113)

Otra apreciación sobre el concepto de documental lo refiere Angela Sáenz en su tesis doctoral '*La adaptación de los mockumentaries: multimodalidades en el ámbito de la traducción audiovisual*' en la Facultad de Filología de la Universidad Complutense de Madrid (2018):

En realidad, los documentales no nos enseñan ni reproducen la realidad, sino que la representan. Es, en cierta manera, una mirada que no hemos presenciado hasta ese momento pese a

que lo representado nos resulte familiar (Nichols, 2001: 20). Es una mirada diferente del mundo. Los documentales, como argumenta López Ligeró (2015: 153), son imitaciones de la realidad existente, pero “no meras reproducciones o copias” sino transformaciones de la misma para desarrollar su propio mensaje. (p.26)

Por otro lado, Barnouw, E. (2005) en su libro *El documental: Historia y estilo*, dice:

“A los documentalistas les interesa cada vez más la historia y la significación del medio que manejan. Están familiarizados con el trabajo de los pioneros del documental, cuyas palabras tienen aún profunda significación para ellos”. (p.312)

En realidad, la historia tiene mucho que decir desde su aparición, pues sus características de la época guardan hasta ahora esa misma esencia, que es recoger lo que se captaba de la realidad de los hechos.

Robert Flaherty, quien viajara al Polo Norte en 1922 con su cámara y equipos de filmación presentaría finalmente *Nanook of the North*, producción que registra el rigor y las costumbres de la vida esquimal en un lugar que se mostraba bastante hostil. Cuatro años después realizaría su segundo documental llamado *Mohana*. Posteriormente en 1934 llevaría a cabo *Man of Aran*. Estas obras fílmicas le otorgarían el reconocimiento como “Padre del Documental”. De esta manera Flaherty sentó el camino a seguir de los nuevos productores en la creación de nuevos documentales.

La National Geographic Society, creada en enero de 1888 con el objetivo de incrementar y difundir el conocimiento geográfico, pionera en el campo de la producción documental (Scolari, C. 2013) ingresaba al mundo de la web en junio de 1996. De aquí en adelante su crecimiento y expansión se debió a la incursión en nuevos contenidos y formatos que se han ido incorporando en el desarrollo de estas nuevas plataformas que han aparecido en los últimos veinte años.

Estas dos décadas iniciales de este nuevo siglo han traído consigo una revolución para muchos campos y uno de los principales que ha revolucionado la forma de interacción entre los seres humanos es precisamente la incorporación del internet en el proceso de comunicación. Esta “red de redes” o “la autopista de la comunicación”, frase que popularizara el vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, ha sido lo que produjo no sólo una rápida acogida en la sociedad, sino también la que más ha cambiado los hábitos y costumbres de las personas, según refiere González (1996).

Pues este cambio de hábitos y costumbres que se sostiene de manera más marcada hasta nuestros días, es lo que cambió no sólo nuestra comunicación, sino la forma e incluso la manera de procesar nuestros contenidos. Con ello me refiero a lo que los seres humanos somos capaces de producir para nosotros mismos o para compartirlos con los demás mediante la utilización de varios medios al mismo tiempo.

- **Multimedia**

Wodaski (1995), define multimedia mediante las raíces etimológicas de los elementos que constituyen el término: *multi*, que significa muchos y *media*, que representa medios. Así, multimedia significa agregar o integrar diversos medios con apoyo de la computadora (p.16).

En este mismo contexto, Vaughan (2002), se refiere al término multimedia al decir que es más nuevo que otros; designa el uso de varios recursos o medios como audio, video, animaciones, texto y graficas ofrecido a través de una computadora u otro medio digital (p.3).

Después de estos dos conceptos es más fácil concluir en que la multimedia no es más que la utilización de diferentes medios a través de un computador o alguno de estos nuevos medios digitales capaces de proporcionarnos imágenes fijas, audio, video, gráficos o texto.

Sobre el mismo tema, Morón y Aguilar (1994), precisan que el término “multimedia” engloba a todo entorno de comunicación capaz de permitir la combinación en un solo sistema de medios como la imagen, tanto estática como en movimiento, sintética o no, analógica o digital, el sonido y el procesamiento de datos. Su principal característica suele ser la interactividad. (p.81).

Una y otra manera de interacción, una y otra forma de consumir los productos que habitualmente consumíamos a través de la pantalla chica hoy los consumimos a través de la pantalla de un computador, una tableta o ipad, o simplemente a través de nuestro equipo móvil, pero por cualquiera

de esas vías interactuamos y expresamos lo que pensamos, percibimos o simplemente nos abstenemos de expresar nuestras ideas porque pudo ser un producto que no despertó nuestra atención e interactividad con el mismo.

Valga indicar que el género documental tradicional inicia realmente su transformación a finales de los 80 tras el desarrollo de la informática y la inclusión de efectos visuales, los cuales fueron aprovechados por el cine. Pero es a partir de mediados de los 90 cuando la digitalización de la imagen facilita el registro de nuevo material y una mejor calidad del mismo.

La variedad de los diferentes contenidos que se empezaron a obtener a raíz de estos nuevos cambios generó una diversidad de temas que se han sumado a la trayectoria recorrida por el documental desde su concepción, la cual ha intentado catalogar sus producciones en razón a sus contenidos, pero sin conseguir una estricta clasificación unificada.

Sin embargo, una de las clasificaciones más referidas es la de Barroso (2009), quién estructura una presentación así:

## Clasificación de Documentales

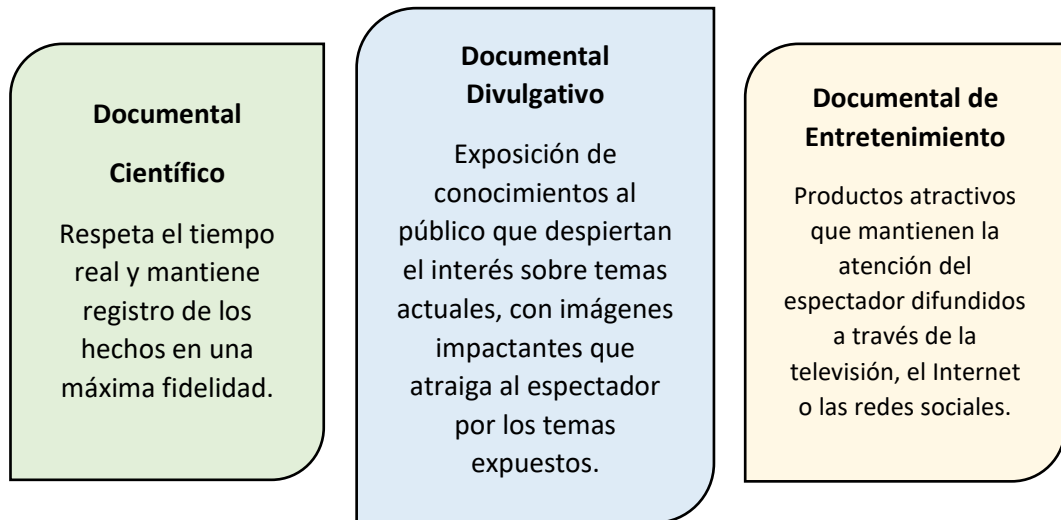


Figura 3. Nota: Adaptado de Jaime Barroso, 2009 por H. Alfaro, 2021

Sobre el mismo tema, Robles (2007) en su artículo *Documental y Periodismo* precisa:

los grandes teóricos del documentalismo tienden más a clasificar las obras de acuerdo a sus modalidades de representación y no teniendo en cuenta un criterio de utilidad práctica. Así -por ejemplo- Bill Nicholls destaca cuatro patrones organizativos dominantes en torno a los que se estructuran la mayoría de los textos documentales: expositivo, de observación, interactivo y reflexivo.

Esta es una clasificación más de tantas otras que podríamos citar, sin embargo, no intentaré mostrar una clasificación estricta de géneros y formatos al interior de un documental, sino por el contrario ver al documental como una vía de gran utilidad para el abordaje y difusión no sólo de nuevos

descubrimientos científicos, sino como un trabajo de investigación profunda que permita exponer un nuevo material de interés, atractivo y aportante al espectador y la sociedad.

Los nuevos productos interactivos traen consigo una intencionalidad prevista por lo general desde su concepción, por lo cual es previsible esperar una respuesta no sólo cuantitativa sino también cualitativa del público al que está dirigido. Algunos de estos nuevos productos son precisamente los documentales web.

El documental interactivo o documental web es fruto del medio digital, cuando éste, tras su fase de concienciación, se da cuenta que puede contener géneros audiovisuales tradicionales, pero con la interactividad como factor clave, novedoso y emergente. En otras palabras, una doble hibridación entre el audiovisual y la información.

Cabe indicar que esta hibridación es el resultado de la llegada de la Web 2.0 y todos los nuevos recursos que traía a disposición de sus usuarios (Pérez, 2008). Este evento se dio a finales del siglo pasado y se popularizó en los primeros años de este nuevo siglo. Desde entonces no ha dejado de sorprendernos los avances y renovación que conlleva el uso de todos los recursos que trae consigo el internet, sobre todo la posibilidad de creación y difusión por parte del usuario.

#### **1.2.3.1. Características del web doc**

El encuentro que se produce entre el medio interactivo y la cinematografía documental es lo que nos pone sobre el escenario al

documental web (Nash, 2012), documental transmedia (Reno 2013), *i-doc* (Aston y Gaudenzi, 2012), o simplemente documental interactivo (Gifreu, 2013), tal cual como es citado en el artículo '*Contribuciones del documental interactivo a la renovación de las narrativas periodísticas: realidades y desafíos*' (Vázquez, Negreira y Pereira, 2017)

Este mismo artículo hace referencia a los medios digitales y presentan unos recursos que son muy utilizados en la construcción de estos productos reales e interactivos, tal cual como lo cita Gifreu (2015) cuando se refiere a ellos como la *no ficción interactiva*. Estos recursos son precisados en las conclusiones como las características del documental interactivo haciendo referencia a la multimedia y la hipertextualidad, cuyo uso genera mayor cantidad de piezas audiovisuales que proporcionan mayor libertad al usuario. Y a ello se le agrega de manera adicional la interactividad, la cual proporciona al usuario personalización y expansión narrativa, tres características que le dan un salto cualitativo a un producto como es el web doc.

Para precisar sobre el tema, Falla (2009) cita a Salaverría y Pélissier, representantes estudiosos de la comunicación, sobre los siguientes conceptos:

- **Multimedialidad:** se vuelve casi una ventaja poder integrar en una misma plataforma diversos formatos como: texto escrito, infografías, audio, gráficos, vídeo, fotografías, animaciones, etc. La conjugación de todos estos elementos forma la noticia y ésta a su vez tiene una nueva forma de procesarse.



- **Hipertextualidad:** la posibilidad de acceder a la información dando saltos de un texto a otro (modo multidireccional) y no de manera lineal. Es posible navegar dentro del contenido, lo que permite ver noticias previas, explicaciones o fotografías relacionadas.
- **Interactividad:** este rasgo podría ser lo más innovador comparado con los medios tradicionales como la radio y la televisión. La posibilidad que tienen los usuarios de elegir el medio, administrar el tiempo frente a su elección o generar una réplica, es el mayor diferencial en esta nueva forma de hacer periodismo.

Aunque estos enunciados estén relacionados también a otros términos que devienen del uso del internet y convergen digitalmente en el uso de aplicaciones y actividades varias, suele ser la interactividad la que representa la realidad con una gran cantidad de efectos para una mejor experiencia del usuario: personalización del consumo, co-creación para generar conversación y comunidad, entre otros. Vázquez (2019), en su artículo *Evolución del documental interactivo*, cita a Aston y Gaudenzi (2012), quienes consideran que un documental interactivo es un proyecto con intención de documentar lo real a través de una tecnología digital interactiva, lo cual dista de las vías online que utilice para su distribución.

Afirmación similar en razón a estas tres características es la que se puede citar sobre la apreciación que hace Valls (2015) cuando señala que la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad no deben faltar en el entorno digital, pues, aunque ya se vislumbraba en otros

formatos tradicionales, su presencia más intensa se muestra con el internet, la comunicación y el desarrollo de las tecnologías de la información.

En referencia a este último término utilizado, la información, valga indicar que, así como es tomado dentro de la construcción de un documental interactivo es abordado también dentro del tratamiento de la narrativa transmedia (Jenkins 2003; Scolari 2013). Los contenidos se integran a los proyectos de documentales y todo ello ligado a múltiples plataformas abiertas al público donde el principal objetivo es expandir el relato cuando el usuario tome acción de participación en los contenidos de no ficción.

#### **1.2.3.2. Fases de la producción de un documental interactivo**

Las fases de producción de un documental tradicional y un documental interactivo no difieren abruptamente la una de la otra. La concepción de la preproducción, producción y postproducción son las etapas habituales. Realmente más son las coincidencias que existen entre ambos, salvo aquellos considerandos que posibilitan el subir el producto completo a alguna plataforma interactiva.

Cuando se habla sobre la producción de un documental interactivo se precisan las tres fases mencionadas: la confección teórica, la realización audiovisual y multimedia y finalmente la implementación web y optimización del producto. En palabras más simples, pre, pro y postproducción.

La gran variedad de productos multimedia que hoy en día se generan engloban la producción de web docs o documentales interactivos. Los diferentes elementos como el video, audio, texto, etc., funcionan de manera conjunta en una misma página web y todas ellas forman parte de las características de un documental interactivo, al cual se podrá acceder a través de aplicaciones, páginas web y lo mejor desde diferentes tipos de dispositivos, incluso móviles.

Hoy todos somos espectadores de la revolución que han generado los medios en el manejo de sus elementos que componen el mensaje. La variedad de tipografía para los textos, la modificación de las imágenes, la alteración del video por los efectos y demás, generan una experiencia diferente ante el usuario, por lo tanto, una variedad de reacciones y respuestas frente al mensaje.

Así como se precisa, ésta es la nueva modalidad de trabajo que presenta y exponen para su interactividad los nuevos documentales, que desde aproximadamente diez años atrás empezaron a producirse, para lograr una mejor interacción entre el usuario consumidor y el producto visto en la pantalla.

- **Planeamiento**

La fase en la que se centraliza la atención de todo este proceso de construcción interactivo es el planeamiento. En tanto, será el tema a desarrollar ya que en esta fase se consideran los aspectos más

importantes y destacables de la construcción de todo el producto interactivo.

Uno de los aspectos más importantes sobre la construcción de un producto de carácter interactivo reside específicamente en esta primera fase ya que en ella se determina si la creación ha de nacer como un producto trans mediático, o podría convertirse en tal al paso del tiempo.

Los aspectos más considerados en este proceso son:

Análisis preliminar:

Define los objetivos en una reunión entre directores, clientes, usuarios, para poder definir el concepto principal, así como estudios para determinar un posible éxito y riesgos, como también debatir la planificación y la estructura de un calendario. En esta etapa, se elabora un resumen del proyecto, así como una evaluación previa de las posibles necesidades que puedan surgir. Se conforma un equipo de trabajo que pueda anticipar la siguiente fase. En lo que corresponde al planteamiento multimedia, todo este segmento es sumamente importante ya que ayuda a definir y establecer el proceso creativo a considerar para llevar a cabo la producción.

Planificación:

Requiere establecer los objetivos y los requisitos al detalle para considerar de manera precisa dentro de la planificación el proyecto a llevar. Esto procura imprevistos en el futuro y cambios dentro de los

acuerdos preestablecidos. En esta etapa se *incluye la evaluación y selección de tecnologías, la estrategia de contenidos y el equipo humano, así como la definición de requisitos técnicos, recomendaciones para plataforma de desarrollo e implantación, (...) la planificación de las tareas de producción y en especial las de desarrollo y la elaboración de un presupuesto detallado.* Casado, E. (2013)

Una etapa como ésta tiende a considerar una evaluación sobre el mercado para determinar la definición del público al que se va a dirigir el producto, Así como las características del mismo las cuales han de permitir definir métodos y diseños de propuesta que se pueden emplear para la creación y presentación del producto final.

- **Desarrollo y lanzamiento.**

Diseño y desarrollo:

Esta etapa contempla, dependiendo del proyecto, la elección del método de producción y desarrollo. Las tareas de diseño siempre están a cargo del personal creativo, el cual se encarga de investigar y trabajar sobre el producto, considerando elementos audiovisuales, gráficas, plantillas, entre otros.

Cabe considerar que según el tipo de contenido que se piense poner a disposición del usuario, se elaborarán los diseños que se ajusten a las características del público que se pondrá en contacto con el producto interactivo.

## Despliegue/implementación/lanzamiento

El despliegue de un proyecto tiene diferentes formas de implementarse. Puede ser parte de las tareas de desarrollo, realizarse con el producto concluido o, caso contrario, llevarse a cabo con la estructura definitiva que será la que los usuarios finales han de utilizar. Algún material adicional para el marketing como alguna guía de usuario o documentación se suele usar en esta fase.

Aquellas necesidades que impliquen una reconsideración dentro del proceso de implementación son consideradas en esta fase antes de poder ser lanzado el producto, de modo tal que su presentación y efectividad sea cada vez más completo.

- **Gestión y mantenimiento**

Todos los resultados como objetivos alcanzados, problemas dentro de la planificación inicial o recomendaciones, así como el uso de equipos y evaluación de presupuestos, mayores detalles de requisitos, un mantenimiento adecuado y apoyo a previsualizaciones futuras, como también la elaboración de informes sobre el uso y tránsito que pueda tener la página, son los considerandos que se tienen en cuenta en esta fase.

Finalmente cabe indicar que los enfoques de producción son múltiples y muchas veces pueden depender de la formación o la escuela a la que puede pertenecer el autor que cita cada una de estas etapas.

Lo que hay que tener en cuenta es que en cada proyecto el método de producción elegido no siempre será el mismo para cualquier trabajo puesto en marcha, sino dependerá del enfoque que se haya previsto, así también como *de los objetivos del proyecto y sus requisitos antes de decidir sobre métodos de producción y desarrollo*. Casado, E. (2013).

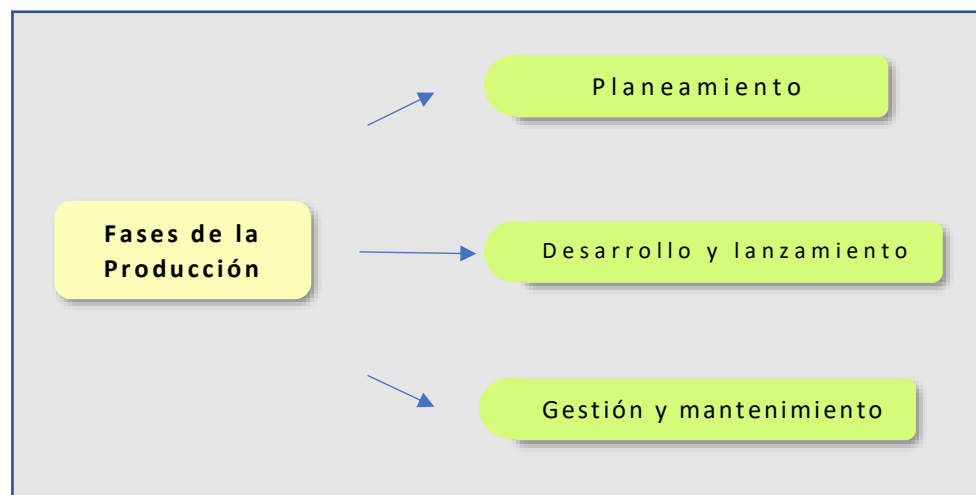


Figura 4. Nota: Adaptado de Eva Casado, 2013 por H. Alfaro, 2021

### 1.2.3.3. Participación de las audiencias

Desde la teoría inicial de la narrativa transmedia en donde el público participa de manera activa y es colaborador en la creación de nuevos relatos (Jenkins, 2003), nos vemos frente a un cambio de roles en donde lo aprendido de manera básica entre emisor y receptor era la manera más simple de entender el proceso de comunicación.

Sin embargo, como lo afirman Abellán y de Miguel (2016):

En el aire se respira una nueva cultura mediática y las personas, formadas mediáticamente, exigen mayor cantidad de contenidos narrativos que permitan demostrar las

habilidades que tienen como consumidores de estos productos y así poder ser partícipes de intensas experiencias.

(p. 2)

Autoridades sobre el tema como Scolari y Establés (2017) hacen referencia a la participación de los consumidores en estos nuevos productos interactivos como uno de los aspectos más importantes, pues son quienes se sumergen dentro de la historia y salen cual cazadores o recolectores de información a hacer suyo el material y conectarlo con otros textos que pertenecen al mismo producto original.

La participación de las audiencias resulta ser beneficioso para un contenido transmediático ya que permite que la propuesta interactiva perdure en el tiempo, incluso más allá del producto original bajo la creación de comunidades que fidelizan una audiencia. Esta idea es sostenida por Miranda y Figuero (2016) quienes precisan que los aportes de los prosumidores tienen tan alta importancia como el contenido oficial para que una narrativa transmedia se desarrolle.

Algunos autores han propuesto diferentes modelos para conocer la forma de experiencias que puede vivir el usuario frente al documental interactivo. Así, Sandra Gaudenzi (2012) propuso modelos de interacción frente al web doc, como el modo conversacional, el hipertextual, el participativo y el experimental. U otra clasificación como la de Dayna Galloway (2007) junto a otros coautores, citada por Gifreu (2015) proponen cuatro categorías como las de adaptación pasiva, adaptación activa, inmersiva y documental interactivo expansivo.



Cada una de las mismas presenta una posición analítica sobre el comportamiento del usuario pero que finalmente se resumen de manera más sencilla bajo la percepción de Moreno (2002), quien en su libro *Musas y Nuevas Tecnologías*, cita tres grados de interactividad: participación selectiva, modalidad por la cual se pueden hacer elecciones previstas por la interfaz sin poder realizar cambios elaborados por el autor. Muchas de las experiencias iniciales de los documentales interactivos están ubicados en esta clasificación. La participación transformativa, opción que sí propicia el poder modificar los contenidos que sugiere el autor, más no el argumento. Finalmente, la participación constructiva, aquella en la que se puede elegir, alterar e incluso crear argumentos novedosos.

Es a ello a lo que apunta la producción de un documental interactivo y su posicionamiento en el terreno de la producción de nuevos productos audiovisuales va ganando mayores espacios y se va afianzando a medida que el tiempo transcurre. “Como representante destacado del género documental interactivo, se ha convertido en una vía reconocida de la producción documental, un modo ya en parte consolidado de producción documental.” (Gifreu, 2013, p.141)

El documental interactivo se vuelve una de las formas experimentales más expresivas de los medios digitales. Es una nueva forma híbrida y creativa en este mundo de interacción que hace posible la transmisión de una historia sustentada es un conjunto de características que pertenecen a un mundo inmersivo e interactivo (Vázquez Herrero, 2020).

A estas alturas de lo presentado, es casi una invitación a otro mundo donde el *i ~ doc*, también llamado así, desarrolla en su presentación una elegante inmersión durante el visionado, un nuevo relato que utiliza recursos visuales y mucha interactividad, con el único propósito de conseguir en el usuario una experiencia inmersiva. (Domínguez, 2013)

Esta experiencia inmersiva es la que se puede llegar a obtener en una participación transformativa o constructiva, como lo refiere Moreno, es decir, el modo bajo el cual el usuario se sumerge de manera total dentro de la creación interactiva y puede ser capaz de generar nuevos espacios donde el relato crezca.

En el mismo estudio, Vázquez (2020), refiere que sobre las tecnologías que se utilizan en una época determinada, el documental interactivo y la modalidad inmersiva se adaptan a las técnicas que se utilizan en ese momento. Todo este proceso es colaborativo a la continuidad del relato documental y a esa búsqueda inmersiva dentro del contexto digital.

Pero qué lleva a que el usuario interactúe con el producto en sí: el interés que demuestra por el tema que lo convoca y la empatía con la historia y los personajes que se muestran. Como lo dice Gifreu (2016), ese nivel de involucración que genera el usuario en torno al tiempo y espacio creado por el autor es uno de los elementos claves en los que se puede apoyar el éxito de este producto digital. Vázquez Herrero (2020), refiere que la información proporcionada sobre la realidad a

través de un canal diferente que nos aproxima a la realidad crea una experiencia inmersiva que despierta la empatía y la curiosidad.

Sobre el mismo tema, al hablar de narrativa interactiva y transmedia, Gifreu (2016), cita textualmente en su artículo: “Existen – además de otros– dos elementos clave de los que depende fundamentalmente el éxito y equilibrio del binomio narración-interacción: la involucración e inmersión del usuario en el espacio y tiempo creados por el autor”.

Todos los elementos multimedia nombrados con anterioridad son importantes dentro de la construcción del documental interactivo, pues todo ello invita al usuario a sumergirse dentro de esa realidad virtual y desempeñar un rol que permita experimentar una vivencia personalizada y por ende la expansión de la idea original.

A medida que el tiempo transcurre estos atributos del web doc destacan por su presencia dentro de cada una de sus muestras. Según Gifreu (2013) países como Estados Unidos, Canadá y Francia han sido los más representativos por el mayor número de producciones y por haber explorado más el formato de investigación. Cabe señalar que el impulso de los proyectos va de la mano casi siempre con alguna productora multimedia, además suele contar con alguna institución pública o privada o de algún medio de comunicación que apoya y realiza labores de distribución.

El proceso de producción es vinculante respecto al uso de los diferentes recursos tecnológicos que hoy en día se utilizan en la

producción de diferentes productos audiovisuales, los cuales buscan la interactividad del usuario valiéndose de los ya mencionados hasta el momento. Todas esas características abarcan los considerandos de la etapa inicial sobre la configuración del producto, sumado a las etapas de realización y posproducción.

En la misma línea, García (2016) en su tesis doctoral *Documental y Narrativa Transmedia*, hace referencia a algunas características que Gifreu cita sobre el documental interactivo: ... la utilización de aplicaciones interactivas multimedia divulgativas y documentales, algunos formatos vinculados a los géneros de no ficción, la documentación de una situación concreta y finalmente la utilización de hipertextos, nodos y enlaces (p. 268).

### **1.3. Definición de términos básicos**

- **Documental Web:**

La idea original del documental tradicional debe ser llevado a un mundo lúdico, más llamativo, pero con un gran aporte de conocimiento. Este conjunto de aportes debe estar fusionados para generar la posibilidad de navegar e interactuar a través de cualquier aplicativo. Arnau Gifreu (2013)

- **Hipertextualidad:**

Los textos que se muestran en la pantalla de un computador o en otros dispositivos electrónicos que tienen referencia a otros textos y a los cuales el lector puede acceder inmediatamente a través de nodos de interconexión,

permiten ampliar y comprender de mejor manera el concepto al que se refiere.

(Fuente: elaboración personal).

- **Interactividad:**

Es el proceso de interacción que se ha instituido entre los seres humanos y su encuentro con las máquinas. En otras palabras, esta actividad hoy en día tan común en la que una persona se relaciona con su teléfono, tableta o computador para hacer uso de alguna aplicación que le genera un grado de comunicación efectiva. (Fuente: elaboración personal).

- **Multiplataforma:**

Característica de un determinado contenido que permite la utilización de diferentes soportes mediáticos como computadoras, tabletas, teléfonos, consola de juegos, etc. para poder acceder al mismo. (Fuente: elaboración personal).

- **Multimedia:**

El concepto puede ser muy antiguo pero hoy en día está referido a las formas de comunicación que reúnen o combinan contenidos varios como audio, imagen, texto, animaciones o simplemente video a la realización de una presentación. (Fuente: elaboración personal).

- **Multimodalidad:**

“Combinación de lenguajes y sistemas de comunicación”. Arnau Gifreu (2013).

- **Narrativa Transmedia:**

Proceso a través del cual se masifica un mensaje por medio de diferentes plataformas de comunicación. Para ello el mensaje se adapta al soporte de uso a fin de poder ser comprendido. La finalidad de la narrativa transmedia es la expansión de la historia a través de diferentes canales y la interactividad que se genera por parte del receptor, quien se encarga de multiplicar o viralizar la historia

haciendo que la narrativa se expanda a través de diferentes medios. (Fuente: elaboración personal).

- **Prosumidor:**

El término es un acrónimo que surge de dos palabras conjugadas: productor y consumidor (*producer and consumer*), lo cual hace referencia a las capacidades que tiene el usuario final hoy en día que no sólo es consumir un contenido, sino también es capaz de producir los mismos, desempeñando ambos roles. Cabe indicar que dicho término está referido al campo de las comunicaciones. (Fuente: elaboración personal).

- **Redes sociales:**

“Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos”. RD Station (2017).

## **CAPITULO II: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

### **2.1. Diseño metodológico**

#### **2.1.1. Enfoque de investigación**

Por las características de la información que se recoge para responder a la problemática presentada, el presente trabajo es una investigación *naturalista* o de **enfoque cualitativo**. De acuerdo con Hernández (2014), este enfoque utiliza métodos de recolección de datos que no son cuantificables numéricamente, como la descripción y observación, es decir, un estudio que se basa en obtener las perspectivas de los participantes.

A través de este enfoque se realiza un acercamiento al análisis de la experiencia que puedan tener los profesionales en el tema, al observar los efectos obtenidos de todos los participantes y las muestras que dejaron respecto a la interacción con el elemento de estudio. O como lo refiere Martínez (2013), considerar las opiniones y experiencias de los personajes involucrados en el medio natural donde se da el hecho de estudio.

#### **2.1.2. Diseño de investigación**

Dentro del paradigma cualitativo se ha elegido el diseño fenomenológico, es decir, un estudio que se basa en obtener las perspectivas de los participantes. Como lo refiere Hernández, R. (2014) frente a un determinado fenómeno un grupo de personas tendrán siempre en común algunas experiencias que serán exploradas, descritas y comprendidas (p. 493).

Esto hará posible una aproximación y mayor conocimiento de las apreciaciones de los profesionales que observan y analizan los contenidos del objeto de estudio para tomar conclusión de sus aportes.

Dentro de los enfoques de la fenomenología, de manera específica para este estudio se utilizará la fenomenología hermenéutica, la cual se enfoca en interpretar los hábitos humanos y los “textos” de la vida. (Hernández, R. 2014).

Cabe indicar que este procedimiento no sigue reglas estrictas, sin embargo, sí considera poder definir un problema de investigación, estudiarlo, descubrir categorías y temas destacables del fenómeno, describirlo e interpretarlo.

A través de este proceso se llega a obtener las conclusiones finales del estudio.

### **2.1.3. Tipos de investigación**

Es posible señalar que la presente investigación es de tipo aplicada, en tanto analiza e investiga lo más destacado de un hecho concreto y obtiene de manera posterior un análisis del tema tratado. Como lo refiere Vargas (2009) la investigación aplicada resulta ser una manera ágil y agradable de solucionar problemáticas que le competen al campo disciplinar y profesional. El propósito de este tipo de investigación es desarrollar un saber especializado que pueda tener una pronta aplicación para generar la solución de una situación específica.



#### **2.1.4. Nivel de investigación**

El nivel de investigación es de carácter descriptivo-explicativo, ya que se detallan las características de la narrativa transmedia como la del documental interactivo.

#### **2.1.5. Métodos de investigación**

Los métodos de investigación a considerar son:

**Inductivo:** porque se parte de la verdad particular para llegar a la verdad general.

**Analítico:** porque permite diagnosticar los problemas y establecer posibilidades que permitan alcanzar una solución.

**Hermenéutico:** porque es un recurso científico cuya orientación es comprender, interpretar diferentes actos. (Rojas, I. 2011)

**Interpretativo:** porque permite comprender la naturaleza del caso.

### **2.2. Participantes**

Para llevar a cabo esta investigación el punto de partida inicia con la observación y registro del hecho o tema de interés, ello apoyado en el método inductivo que es la base de toda investigación cualitativa.

Los participantes elegidos para este estudio son estudiantes de los ciclos superiores (VIII, IX, X y egresados) del programa de Ciencias de la Comunicación de la USMP. A ellos se le agrega los especialistas dedicados a la producción de productos interactivos para web, así como

la periodista y director de la ONG que tuvo a cargo la producción del objeto de estudio. En ese sentido, se llevaron a cabo cinco (05) entrevistas a profundidad a estos profesionales que se centraron en los objetivos como en el esquema de la tesis, (categorías, subcategorías e indicadores). Bajo el mismo concepto se realizó un focus group con los estudiantes del programa de comunicaciones de la USMP.

La elección de estos jóvenes en la ciudad de Lima fue debido a las facilidades de acceso al Internet y la estabilidad de la señal durante el proceso de navegación. Se considero esta razón para evitar problemas similares que se presentaron en el lanzamiento del documental web en muchas de las provincias del Perú, según las declaraciones de los productores del web doc.

Los doce (12) jóvenes convocados proporcionarán, luego de su experiencia individual, sus apreciaciones sobre las características del documental interactivo Las Rutas del Oro (<http://lasrutasdeloro.com>), el grado o nivel de participación que les proporciona la plataforma francesa (Racontr) que aloja al objeto de estudio, así como si les permite compartir, multiplicar y expandir el relato.



Imagen1: Página web de presentación *las rutas del oro*.

Las edades de los jóvenes invitados fluctúan entre los 20 y 28 años, nativos digitales por naturaleza, característica que les brinda la facilidad para navegar en una plataforma interactiva.

En referencia a los profesionales productores de formatos interactivos, proporcionarán sus conocimientos sobre la producción de este novedoso formato audiovisual, qué considerandos se deben tener presentes a la elaboración de un proyecto de esta naturaleza, la definición del tipo de público, la permanencia del producto en una plataforma, el nivel de participación del usuario en la co-creación de contenidos expandibles y alternativas que se deben considerar para alcanzar determinados tipos de público en proyectos de estas características.

## **2.3. Procedimiento**

### **2.3.1. Técnicas e instrumentos**

Las técnicas aplicadas para la recolección de datos en la presente investigación fueron las entrevistas en profundidad, la observación (guía de observación), y el focus group.

La entrevista en profundidad permite obtener la opinión de los profesionales convocados especialistas en el tema. Para la ejecución de la misma nos valemos de su instrumento de trabajo: el cuestionario, el cual reúne una serie de preguntas elaboradas en base a las categorías narrativa transmedia y documental web, las sub categorías e indicadores del objeto de estudio, las cuales han sido revisadas, corregidas y validadas por otro grupo de profesionales antes de su aplicación a través de un juicio de expertos, de manera similar como se procedió con las otras técnicas utilizadas en el presente trabajo.

Los productores convocados para estas entrevistas fueron: Rosa Julián, Carlos Terrones, Melisa Iglesias, Audrey Córdova y Jimmy Carrillo.

Rosa Julián es comunicadora audiovisual, licenciada de la facultad de ciencias de la comunicación de la USMP. Es investigadora científica y docente universitaria de larga trayectoria.

Carlos Terrones es licenciado de la facultad de ciencias de la comunicación de la USMP. Es productor de proyectos transmedia, magister en Periodismo y Comunicación Multimedia y profesor universitario de larga trayectoria en algunas universidades de la ciudad de Lima.

Melisa Iglesias es licenciada en ciencias de la comunicación de la universidad nacional de Tucumán, doctora en ciencias sociales de la universidad nacional de Jujuy (Argentina), es productora audiovisual de proyectos transmedia, investigadora y socia de la productora audiovisual Mataka Films.

Audrey Córdova, es licenciada en periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid, periodista y foto reportera, productora de productos transmedia, profesora de fotografía documental, y productora de documentales en Pacha Films.

Jimmy Carrillo, es bachiller en periodismo de la PUCP, Magister de la Universitat de Barcelona, editor general y director de comunicaciones de la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA).

Otra técnica de valor utilizada en esta Tesis es la observación, la cual permite tener apreciación del objeto de estudio. Su instrumento de aplicación es la plantilla de observación, tal cual como lo refiere Ortiz (2016) cuando dice que permite registrar de manera cronológica las características que presenta el objeto de estudio desglosado desde el análisis de sus categorías y sub elementos en forma práctica y concreta para obtener de ello el análisis del mismo.

Valga indicar que el instrumento de aplicación es elaborado de manera personal y permite recopilar en base al esquema de trabajo las características que reúne el objeto de estudio.

Finalmente, la tercera y última técnica en aplicación es el Focus group cuyo instrumento de aplicación también es el cuestionario, con una serie de preguntas base para entablar una entrevista semi estructurada que permita conocer la experiencia individual del usuario frente al web doc *Las Rutas del Oro*. De esta forma se pudo conocer las apreciaciones de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la USMP sobre la interactividad, multimedialidad, diseño del producto, expansión y multiplicación del mensaje.

Las reuniones para el Focus group se pactaron para encuentros base de 40 minutos con grupos de 4 participantes.

### **2.3.2. Análisis**

Toda la información que se recoja a través de una y otra técnica será estructurada en unidades y categorías a fin de organizarla para la búsqueda de una conclusión.

Esta conjunción de métodos para poder reunir los materiales de análisis que nos llevarán a tomar conclusión de esta investigación es lo que Hernández (2014) resume al decir se le denomina triangulación de datos a la acción de utilizar métodos de recolección y variadas fuentes. (p. 418)

Desde otro punto de vista, la triangulación comprende la utilización de numerosas tácticas al aprender el mismo fenómeno, ejemplificando la utilización de diversos procedimientos (entrevistas personales, conjuntos focales o talleres investigativos). (Okuda, 2005)

Esto no corresponde a una superposición de debilidades de cada estrategia, sino por el contrario a una suma de fortalezas de las mismas. Además, implica la posibilidad de visualizar un problema desde diferentes ópticas, generar una mayor valía y mejor consistencia de lo hallado.

Finalmente, Hernández (2014), hace referencia al precisar que el investigador es una característica fundamental de todo el proceso cualitativo, convirtiéndose así en un instrumento de recolección de datos, en vista que es él quien observa, revisa documentación sobre el tema, lleva a cabo las entrevistas y por tanto se vuelve una pieza fundamental en la tesis ya que adquiere comprensión total sobre el fenómeno que se estudia.

### **CAPITULO III: RESULTADOS**

El presente capítulo reúne la información recogida tras la aplicación de las técnicas utilizadas para alcanzar el objetivo de la investigación, analizar la narrativa transmedia en el documental web Las Rutas del Oro.

La técnica del Focus Group ayudó a obtener las apreciaciones de los usuarios sobre ambas categorías, pero de manera específica, la categoría Documental web y enfocarnos en las características del web, como en la participación de las audiencias.

La técnica de entrevista en profundidad (realizadas vía Zoom por cuestiones de salud pública debido al covid - 19) ha contribuido en esclarecer cuál es el proceso regular para la construcción de un producto transmedia desde su concepción, conociendo así el proceso desde la idea, fases, objetivos y logros obtenidos, además de las fallas o desaciertos que no se consideraron en la creación del objeto de estudio.

La técnica de observación agrupa los resultados de la categoría documental web, no siendo ajenos a ella algunas apreciaciones sobre la categoría narrativa transmedia. Para ello, desde su presentación, login e inicio a la navegación, como muchos de sus vínculos, invitación a redes sociales (Facebook y Twitter) y opciones de interactividad con el usuario son las consideradas en este trabajo de investigación.

Posterior al uso de cada una de estas técnicas de recolección de datos (focus group, entrevistas a profundidad y técnicas de observación) se llegaron a obtener los siguientes resultados:

Figura 5. Portal de ingreso al web doc Las Rutas del Oro



*Elaboración propia*

Tabla 1. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO
Categoría 2	Web doc
Subcategoría 1	Interactividad ✓
Subcategoría 2	Mantenimiento
Subcategoría 3	Participación

*Elaboración propia*



Figura 6. Producción y alianzas del proyecto.



*Elaboración propia*

Tabla 2. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO
Categoría 2	Web doc
Subcategoría 1	Multimedialidad ✓
Subcategoría 2	Mantenimiento
Subcategoría 3	Participación ✓

*Elaboración propia*

Figura 7. Registro para inicio de navegación



*Elaboración propia*

Tabla 3. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO	
Categoría 1	Narrativa Transmedia	
Subcategoría 1	Participación	✓
Subcategoría 2	Expansión	✓
Subcategoría 3	Estratégica	

*Elaboración propia*

Figura 8. Elección de inicio de viaje



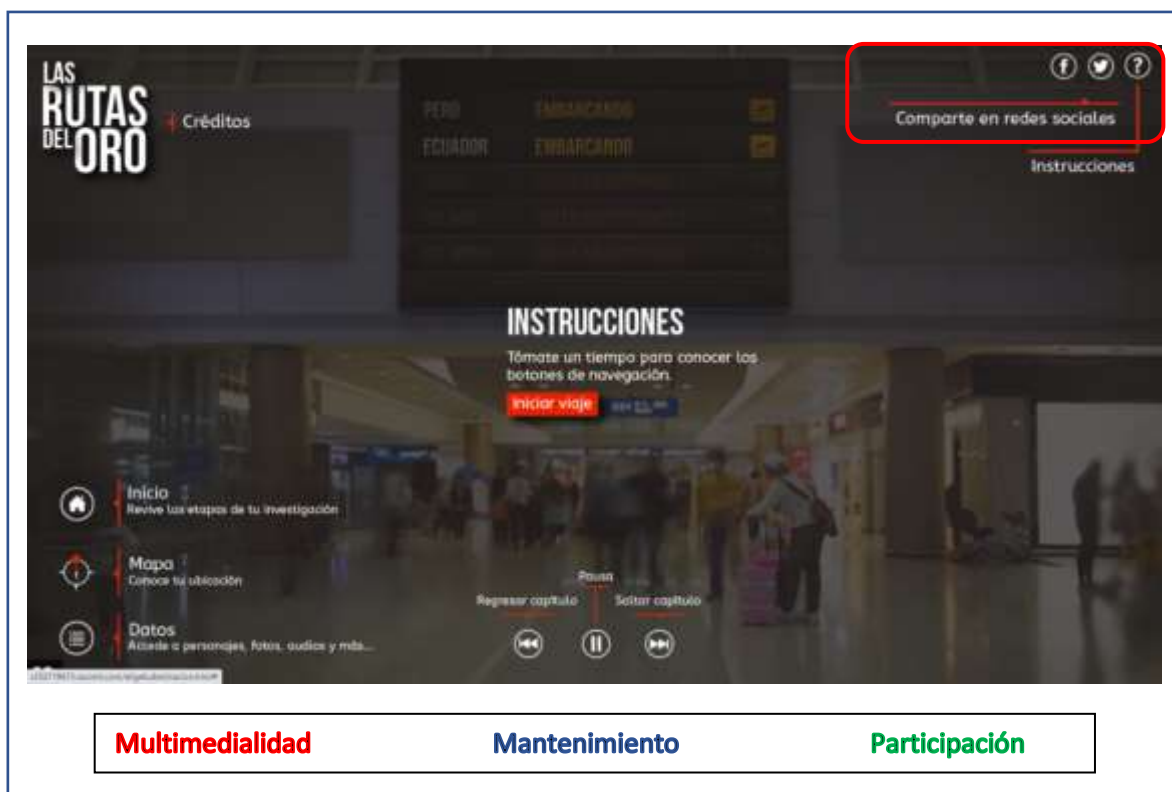
Elaboración propia

Tabla 4. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO
Categoría 2	Web doc
Subcategoría 1	Interactividad ✓
Subcategoría 2	Mantenimiento
Subcategoría 3	Participación

Elaboración propia

Figura 9. Instrucciones de navegación



Elaboración propia

Tabla 5. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO
Categoría 2	Web doc
Subcategoría 1	Multimedialidad ✓
Subcategoría 2	Mantenimiento
Subcategoría 3	Participación

Elaboración propia

Figura 10. Opciones de entrevistar a personajes o continuar el viaje.



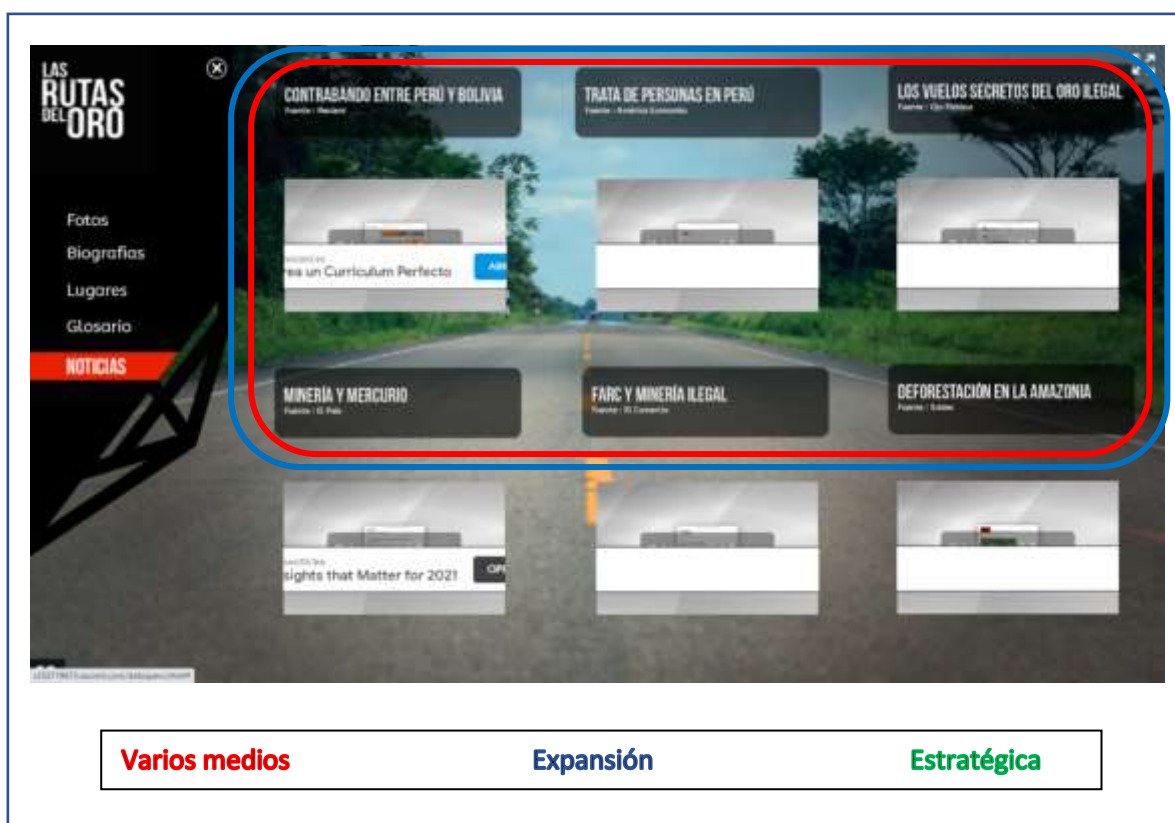
*Elaboración propia*

Tabla 6. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO	
Categoría 2	Web doc	
Subcategoría 1	Hipertextualidad	✓
Subcategoría 2	Mantenimiento	
Subcategoría 3	Participación	✓

*Elaboración propia*

Figura 11. Opciones de desarrollo de noticias.



*Elaboración propia*

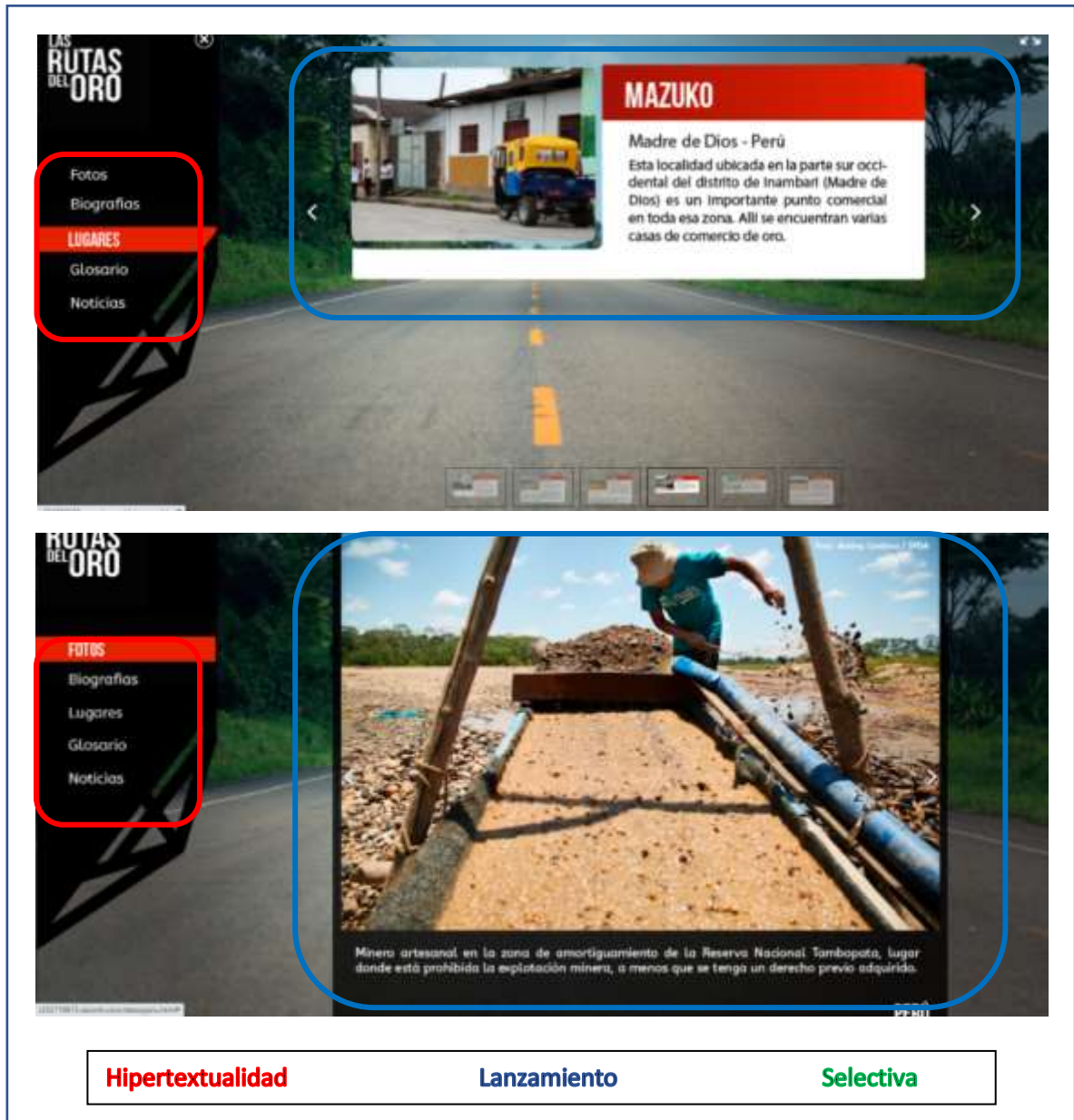
Tabla 7. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO	
Categoría 1	Web doc	
Subcategoría 1	Varios medios	✓
Subcategoría 2	Expansión	✓
Subcategoría 3	Estratégica	

*Elaboración propia*



Figura 12. Opciones del menú durante el viaje



*Elaboración propia*

Tabla 8. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO	
Categoría 2	Web doc	
Subcategoría 1	Hiptertextualidad	✓
Subcategoría 2	Lanzamiento	✓
Subcategoría 3	Selectiva	

*Elaboración propia*

Figura 13. Opciones del menú durante el viaje



*Elaboración propia*

Tabla 9. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO	
Categoría 2	Web doc	
Subcategoría 1	Hipertextualidad	✓
Subcategoría 2	Lanzamiento	✓
Subcategoría 3	Selectiva	

*Elaboración propia*



Figura 14. Opciones del menú durante el viaje



*Elaboración propia*

Tabla 10. Utilización de subcategorías en el web doc *Las Rutas del Oro*

Unidad de análisis	Elementos del web doc LRO	
Categoría 2	Web doc	
Subcategoría 1	Hipertextualidad	✓
Subcategoría 2	Lanzamiento	✓
Subcategoría 3	Selectiva	

*Elaboración propia*

**2. Focus group con estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación – USMP sobre su experiencia frente al web doc *Las Rutas del Oro***

Tabla 11. Respuestas del Focus Group sobre Narrativa Transmedia

---

**Categoría: Narrativa Transmedia**

---

**¿Consideran que el video documental web las rutas del oro es un producto transmediático?**

R. Los participantes consideran que el documental web las rutas del oro es un producto trans mediático ya que es posible conocerlo a través no sólo de la página interactiva, sino también a través de algunas plataformas en redes sociales.

---

*Elaboración propia*

Tabla 12. Respuesta del Focus Group sobre Características de la narrativa transmedia

---

**Subcategoría: Características**

---

**¿En qué medida consideran que el web doc *las rutas del oro* reúne las características debidas de un producto transmediatico?**

R. Dan a conocer que la producción ha contemplado además de la página interactiva un par de páginas en redes sociales además de un blog y la posibilidad de poder acceder a la descarga de un libro en PDF con mayor información sobre el tema.

---

*Elaboración propia*

Tabla 13. Respuestas del Focus Group sobre relato contado por varios medios y participación del público

Indicador	Pregunta	Respuesta
<b>Relato contado por varios medios</b>	¿Consideran que un web doc como <i>las rutas del oro</i> ha sido dado a conocer por los medios suficientes para difundir su mensaje y llegar al público que deseaban?	R. Todos los participantes concuerdan en que se pudo utilizar otros canales adicionales para poder difundir el mensaje frente a la importancia y trascendencia que tiene un tema como este para toda la población de un país.
<b>Participación del público</b>	¿Qué percepción tienen sobre la participación del público en cuanto a la propuesta que ofrece el web doc <i>las rutas del oro</i> ?	R. Hay una conclusión mayoritaria que expresa si hace seis años cuando se presentó este documental de manera pública, las personas en nuestro medio tenían referencia sobre cómo acceder a una página interactiva que parece entonces era novedosa y por lo tanto muchos usuarios hayan desestimado participar justamente por no conocer el funcionamiento de una página como tal.

*Elaboración propia*

Tabla 14. Respuestas del Focus Group sobre Principios de la narrativa transmedia

<b>Subcategoría: Principios</b>
<b>¿En qué medida consideran que el web doc <i>las rutas del oro</i> reúne los principios que permite ser expandido, multiplicado y serializado a través de los canales que propone el mismo u otros?</b>
R. Casi la totalidad de ellos sostienen que desde el momento en que sólo se definen dos redes sociales para hacer uso de la masificación del mensaje o expansión del mismo, ya se está limitando la posibilidad de poder amplificar el mensaje a través de otros medios. Por lo tanto, desde su lanzamiento ya existe una limitación para ello.

*Elaboración propia*

Tabla 15. Respuestas del Focus Group sobre expansión vs profundidad, continuidad vs multiplicidad, serialidad

Indicador	Pregunta	Respuesta
Expansión vs Profundidad	¿En qué medida consideran que el web doc <i>las rutas del oro</i> promueva que el usuario comparta la información obtenida, teniendo en cuenta que para esta investigación la expansión y profundidad es la habilidad del usuario para profundizar sobre la información y difundir los contenidos a través de distintos canales?	La página sólo ofrece como redes Facebook y Twitter. Además de compartir algún enlace de la propia página no hay mayores opciones adicionales. Y en Twitter no hay una página propia de las Rutas del Oro, por lo tanto, no se pueden hacer hilos de la noticia y extender la misma. En ese tiempo creo que no había Instagram.
Continuidad vs Multiplicidad	¿En qué medida consideran que el web doc <i>las rutas del oro</i> generan en el usuario la posibilidad de continuar creando historias sobre el producto en sí y multiplicarlas a través de otros canales?	Pareciera que no fue necesariamente la intención de la producción en sí. Sólo han deseado dar a conocer un hecho como este pero nada más.
Serialidad	¿Consideran que un producto como el web doc <i>las rutas del oro</i> ha planteado un proceso para dosificar en el tiempo la permanencia de sus contenidos en su página u otras plataformas?	Por lo que se puede apreciar no, porque presenta problemas para navegar con el usuario de Facebook, no tiene página en Twitter, entonces con esos problemas de origen no puede subsistir en el tiempo.

*Elaboración propia*

Tabla 16. Respuestas del Focus Group sobre Tipología de la narrativa transmedia

Subcategoría: Tipología	
<p><b>¿Hasta qué punto consideran que la producción de una página como la del web doc <i>las rutas del oro</i> fue construida pensando en darle posibilidad al usuario de hacer de este contenido un producto transmediático?</b></p> <p>R. El tema que expone es bueno, interesante para todos pero sobre todo para determinados públicos relacionados de manera directa al tema. Pero además de la conexión al blog desde la página misma, no creo que hayan pensado en que su contenido sea transmedia.</p>	

*Elaboración propia*

Tabla 17. Respuestas del Focus Group sobre Transmedia táctico y estratégico

Indicador	Pregunta	Respuesta
T. Táctico	Después de haber navegado en la página del web doc <i>las rutas del oro</i> ¿Es posible considerar que con todas las características que presenta esta página sea posible hacer transmedial un producto como este?	Los contenidos propuestos por la página son muy buenos, interesantes para cualquiera que navega en la página. Con las historias de los personajes podría ser posible extender y saber más de cada cual, fácilmente. Es una buena opción.
T. Estratégico	¿En qué medida consideran que el planeamiento del documental web <i>las rutas del oro</i> haya contemplado la posibilidad de que su mensaje cuente con una estrategia transmedia para su presentación y difusión?	En ese sentido, no pareciera que haya sido parte de su plan hacer transmedial un producto en sí como el propio documental web.

*Elaboración propia*

Tabla 18. Respuestas del Focus Group sobre Documental Web

<b>Categoría: Documental Web</b>	
<b>¿Considera que un tema de investigación periodística como el que se propone es apropiado para desarrollarlo en un documental web?</b>	
<p><b>R.</b> La propuesta es interesante. Es algo novedoso ver una propuesta de investigación periodística para una modalidad interactiva, pero cumple su función como producto transmedia por las diferentes alternativas que proponen para obtener información sobre los personajes y otros subtemas que se desprenden del problema principal propuesta.</p>	

*Elaboración propia*

Tabla 19. Respuestas del Focus Group sobre características del web doc

---

**Subcategoría: Características del web doc**

---

**¿En qué medida consideran que las características del documental web están bien implementadas y facilitan la navegación al interior de la página del web doc *las rutas del oro*?**

**R.** Para un documental de hace seis años atrás la página ofrece las características interactivas adecuadas para la navegación de un usuario y la posibilidad de ir adquiriendo mayor cantidad de datos de manera progresiva y a elección del propio usuario. Sin embargo, muchas de estas características podrían mejorar si se intentará mantener la misma página con un grado de interactividad más elevado y proporcionar mayor satisfacción durante la navegación.

---

*Elaboración propia*

Tabla 20. Respuestas del Focus Group sobre multimedialidad, hipertextualidad, interactividad

Indicador	Pregunta	Respuesta
Multimedialidad	¿De qué manera se podría calificar la multimedialidad en la página del web doc <i>las rutas del oro</i> ?	R. La página proporciona algunos enlaces que permite obtener variada información sobre el tema propuesto, como acceso al blog del tema, a dos redes sociales, a revisarlo en una versión en inglés.
Hipertextualidad	¿En qué medida los hipertextos satisfacen la curiosidad y amplitud de información de los usuarios del web doc <i>las rutas del oro</i> ?	R. Los hipertextos facilitan obtener información en forma progresiva, adentrarse en nuevos temas e ir descubriendo otros personajes que se integran a la historia. Es una opción bien planteada mientras que para otros usuarios la cantidad de estos enlaces puede ser innecesaria.
Interactividad	¿Cómo calificaría el grado o nivel de interactividad que ofrece el web doc <i>las rutas del oro</i> para sus usuarios?	R. Considerando que el documental es de hace seis años atrás, la interactividad debe haber sido la necesaria para lo que ofrecía en su momento. Hoy en día el Internet ha avanzado tanto y el desarrollo de las redes sociales es muy diferente y a la propuesta que se concibió en su momento para poder ser compartida o amplificada la idea original.

Elaboración propia



Tabla 21. Respuestas del Focus Group sobre Fases de la Producción

---

**Subcategoría: Fases de la Producción**

---

**¿En qué medida consideran que las fases de la producción del documental web están bien implementadas para garantizar la transmedialidad del web doc *las rutas del oro*?**

R. Si es un producto pensado en que debería de mantenerse vigente al paso de los años, entonces no se tuvieron en cuenta algunos considerandos para hacer efectivo su mantenimiento porque hoy en día no se puede tener acceso a las redes sociales y si mínimamente no se puede compartir, entonces es difícil viralizarlo o mantener su presencialidad.

---

*Elaboración propia*

Tabla 22. Respuestas del Focus Group sobre planeamiento, desarrollo y lanzamiento, gestión y mantenimiento

Indicador	Pregunta	Respuesta
Planeamiento	¿Qué idea tienen sobre el planeamiento para la producción de una página web como la del web doc <i>las rutas del oro</i> ?	R. Querían hacer un producto novedoso, atractivo, que rompa con lo tradicional y si era periodístico pero interactivo eso ya era un gran diferencial.
Desarrollo y lanzamiento	¿Consideran que una página interactiva como la de <i>las rutas del oro</i> reúne y presenta todos los elementos necesarios para abordar un tema de investigación como el que propone?	R. El tema es muy bueno, interesante, despierta el interés de seguir conociendo cada caso plasmado en el recorrido que se hace país por país.
Gestión y mantenimiento	Después de haber navegado en la página del web doc <i>las rutas del oro</i> , ¿qué opinión les merece las acciones de administración y mantenimiento del material respecto a su transmedialidad?	R. No creo que haya alguien que se ocupe del mantenimiento de la página, de la administración de los usuarios. Lo que se encuentra publicado en facebook ya tiene muchos años y no hay mayores comentarios sobre ello.

*Elaboración propia*

Tabla 23. Respuestas del Focus Group sobre Participación de las Audiencias

---

**Subcategoría: Participación de las Audiencias**

---

**¿Qué opinión les merece la consideración de la participación de las audiencias en la transmedialidad del documental web *las rutas del oro*?**

**R.** El público puede haber sido escogido para un segmento bastante joven que pueda interactuar con una plataforma como ésta. Sin embargo, debe haberse considerado a los públicos involucrados de las zonas afectadas, así como de instituciones que guarden relación directa con el tema presentado, algunas ONGs relacionadas al tema ambiental, entre otros.

---

*Elaboración propia*

Tabla 24. Respuestas del Focus Group sobre participación selectiva, participación transformativa, participación constructiva

Indicador	Pregunta	Respuesta
Participación Selectiva	Después de haber revisado los diferentes enlaces a los que se vincula la página del web doc <i>las rutas del oro</i> ¿qué apreciación tienen sobre si es sólo una página para navegar sin posibilidad de generar algún tipo de contenido sobre el tema?	R. Para su momento redes como Facebook y Twitter eran probablemente las más recurrentes, pero pudieron ser mejor aprovechadas para generar otro tipo de contenidos y no sólo dar likes o compartir los enlaces.
Participación Transformativa	Después de haber revisado los diferentes enlaces a los que se vincula la página web del web doc <i>las rutas del oro</i> ¿consideran que es posible participar de manera activa en la creación de nuevos contenidos sobre este documental web?	R. Podría ser posible utilizar por ejemplo Twitter y crear hilos en razón al tema que se presenta, sin embargo, no es algo que se haya utilizado en su momento. En razón al Facebook esta es una página que por lo general casi siempre suele utilizarse para poder compartir un enlace o alguna opinión sobre un tema de interés para el usuario. Otro tipo de participación no es posible.
Participación Constructiva	Después de haber navegado en la página del web doc <i>las rutas del oro</i> , ¿por qué creen que no es posible crear algún argumento adicional a la propuesta presentada?	R. Es probable que hace seis años atrás no se haya previsto la posibilidad de que el usuario pudiese extender un mensaje como este. La multiplicidad del mismo pareciera que no haya sido considerada al momento de lanzar la página para que los usuarios pudiesen navegar en ella.

Elaboración propia

### **3. Entrevista a productores profesionales de documentales interactivos**

Tabla 25. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el planeamiento de un documental interactivo.

Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="475 611 630 640"><b>Rosa Julián</b></p>	<p data-bbox="676 510 1353 748">Tal vez este proyecto por tener ya algunos años y ser uno de los primeros dentro de su formato, puede no haber considerado todos los aspectos que se deben de tener al momento de construir la interacción y navegabilidad dentro del documental interactivo. No por eso deja de tener validez la interactividad que realizan los usuarios desde el momento que se les permite hacer un clic dentro de la página.</p>
 <p data-bbox="486 887 603 943"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p data-bbox="676 817 1348 1055">Desde mi punto de vista siento que en un principio lo que pensar para un trabajo como éste es que si lo iban a ver. Otra cosa es interactuar. Faltó un poco la estrategia para que puedan a través de las redes sociales obtener la intervención del público. Siento que pudo ser mejor pero no consideraron todos los aspectos que le dan las características adecuadas para ser un documental transmedia.</p>
 <p data-bbox="491 1182 595 1238"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p data-bbox="676 1124 1348 1361">Cada producto debe ser escrito y pensado desde un inicio para el público al que apunta, la forma en la que se va a comunicar y la forma de interactividad y feedback que va a tener con cada uno de sus productos que forman el producto total. Los contenidos transmedia son productos que son mucho más largos en el plazo, son trabajos que llevan mucho más tiempo y que tienen más investigación.</p>
 <p data-bbox="491 1523 603 1579"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p data-bbox="676 1431 1348 1646">Tuvimos muchas reuniones para definir cómo debería de ser una plataforma como la de las rutas del oro. Se esbozaron guiones, qué es lo que se quería contar y también lo del guion interactivo. Sin embargo, nos dimos cuenta que había muchas cosas en las que no habíamos pensado y eso no vimos, que había que tener una planificación de producción mucho más detallada.</p>
 <p data-bbox="496 1765 592 1821"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p data-bbox="676 1709 1348 1856">Previa a la idea de desarrollar un documental interactivo tuvimos la difusión de un libro, Que implicara por ahí desarrollo audiovisual, periodístico y esa idea fue creciendo en algo más nutrido y que pueda convertirse además en un producto transmedia.</p>

Elaboración propia

Tabla 26. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre la estrategia de mantenimiento del web doc Las Rutas del Oro.

Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="475 696 630 725"><b>Rosa Julián</b></p>	<p data-bbox="676 622 1342 837">Para lo que se puede observar dentro de la página interactiva, sólo estaba considerada la plataforma Facebook y Twitter. Cabe indicar que el enlace a esta segunda presenta algunos problemas y no nos lleva a donde uno como usuario espera. No se encuentra en pequeñas publicaciones en el Facebook, donde si tiene la misma un usuario.</p>
 <p data-bbox="475 958 630 1016"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p data-bbox="676 900 1326 1084">Considero que estaban más enfocados en quienes los podrían ver que en qué tanto se podría extender su contenido en otras plataformas. Sólo es en Facebook donde se ven algunas publicaciones y breves comentarios de los usuarios que visitaron la página interactiva.</p>
 <p data-bbox="475 1205 630 1263"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p data-bbox="676 1146 1347 1308">No estoy muy segura si en el Perú habría otro tipo de redes sociales además de Facebook en el año de su lanzamiento, pero por lo visto sólo esa red aloja algunas publicaciones desde la fecha de su lanzamiento y de manera muy esporádica algunos años después.</p>
 <p data-bbox="475 1435 630 1494"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p data-bbox="676 1355 1347 1547">No habíamos previsto en mantener una publicación constante sobre el alcance o los logros que había tenido el documental interactivo. Sin embargo, si vemos los saludos y felicitaciones de los usuarios en la página de Facebook y hasta hoy tenemos invitaciones a diferentes instituciones para presentar el documental web.</p>
 <p data-bbox="475 1682 630 1740"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p data-bbox="676 1624 1331 1807">Los comentarios recibidos a través de la página de Facebook del documental las rutas del oro, nos deja una muestra de lo importante y lo trascendente que puede ser un producto como este. Hasta ese entonces además de Facebook y Twitter no había otras redes y por eso no se consideraron otras más.</p>

Elaboración propia

Tabla 27. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el relato contado por varios medios en el web doc Las Rutas del Oro.

Pregunta: ¿Cómo se emplea la interactividad del web doc las rutas del oro en el relato contado por varios medios como característica de la narrativa Transmedia?	
Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="448 595 528 651"><b>Rosa Julián</b></p>	<p data-bbox="603 450 1445 813">Se emplea a través de la exploración de la plataforma web. Si bien el usuario no tiene una completa libertad para navegar por la página, los productores les brindan un porcentaje de precisión hacia los contenidos que quiere consumir a continuación, esto se materializan con el empleo de botones, por ejemplo: Play, pausa, siguiente, anterior, iniciar viaje, volver a casa, entre otros. En consecuencia, el usuario puede decidir en ciertos puntos qué temas desea escuchar de los personajes, si desea pausar, avanzar o retroceder en el recorrido. La opción de compartir la web y sus contenidos en redes sociales. Los usuarios pueden dar clic en el botón de Facebook y Twitter y compartir el proyecto. Si bien es un nivel de interacción bajo y tradicional, es válido.</p>
 <p data-bbox="448 999 560 1055"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p data-bbox="603 880 1445 1182">La interactividad dentro del mismo documental web es básica. Se tiene la posibilidad de poder navegar dentro de la historia a través de sus diferentes enlaces y, así como vincularse a dos redes sociales. Pero algo hay que tener en cuenta dentro de la narrativa transmedia son las posibilidades de interactuar a través de otras plataformas, incluso para diferentes tipos de público, propuesta que se maneja este producto porque se puede descargar un libro que lo pueden leer un público más adulto que no se entiende específicamente con una plataforma interactiva. Entonces, hay otros recursos que no se pueden dejar de lado porque un libro ya está transmedializando el relato.</p>
 <p data-bbox="448 1312 555 1368"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p data-bbox="603 1245 1445 1458">Siento que para un producto como este la interactividad tiene un diseño bastante básico. Desde el momento en que el usuario tiene enlaces, botones donde pueda cliquear, ya se produce el proceso de interactividad, sin embargo, este puede ser muy básico para su época. No lo podemos comparar con los productos que hay hoy en día, pero ya es un precedente de lo que se hizo alguna vez a nivel de la producción interactiva en el Perú.</p>
 <p data-bbox="448 1581 560 1637"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p data-bbox="603 1525 1445 1704">Desde el momento de su concepción pensamos en que este documental web debía ser casi como un juego donde el usuario paso a paso podría ir descubriendo las historias o tener la opción de decidir porque país empezaba a navegar. Sumado a eso les dimos la opción de poder compartirlo a través de dos plataformas como Facebook y Twitter.</p>
 <p data-bbox="448 1827 549 1883"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p data-bbox="603 1771 1445 1917">Recuerdo que pensábamos como el usuario debía de interactuar con los contenidos y revisábamos muchos documentales web de Europa para poder tomar ese referente. Debían los usuarios ir descubriendo la historia paso a paso y podían compartirla en el Facebook y Twitter. Instagram en ese entonces creo que no existía.</p>

Elaboración propia

Tabla 28. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el público al que se dirige el web doc Las Rutas del Oro.

Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="488 667 635 696"><b>Rosa Julián</b></p>	<p data-bbox="676 566 1326 808">Para la época probablemente diferentes tipos de usuarios debieron querer utilizar una plataforma como esta, sin embargo, dudo que haya habido muchos que pudieran entender cómo es que funciona una plataforma como esta, así es que imagino que las instituciones dedicadas a este rubro de la minería fueron los principales invitados a hacer uso de esta plataforma web.</p>
 <p data-bbox="480 943 596 1003"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p data-bbox="676 875 1353 1084">¿Quiénes podrían ver este documental? ... Los principales actores que tienen que ver con el trabajo, el manejo del tratamiento de la minería informal de nuestro país. Pueden ser también universitarios te investiga del tema, gente de ONGs. Creo que el público al que va apuntado no es un público masivo sino especializado en estos temas.</p>
 <p data-bbox="488 1182 587 1243"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p data-bbox="676 1122 1326 1272">Este tipo de trabajos por lo general está dirigido a instituciones del rubro, o sea minería y cuidado ambiental. Otro tipo de público que se puede interesar en ello son las áreas de investigación de algunas universidades.</p>
 <p data-bbox="488 1417 600 1478"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p data-bbox="676 1357 1342 1507">Cuando pensábamos en que lo podía ver estábamos pensando en gente que se dedica a la minería, algunas instituciones no gubernamentales que puedan tener interés en el tema y algunas personas que tengan relación con el cuidado del medio ambiente.</p>
 <p data-bbox="488 1653 587 1713"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p data-bbox="676 1592 1331 1765">Este documental interactivo estaba pensado en las ONGs que así como la SPDA tuviesen interés en el cuidado del medio ambiente, también las empresas dedicadas a la minería. Lo que me sorprendió es ver que muchos usuarios fuera de este rubro saludaran un trabajo como el que se hizo.</p>

Elaboración propia



Tabla 29. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el principio de expansión versus profundidad en el web doc Las Rutas del Oro.

**Pregunta:** ¿La Expansión versus profundidad es considerada dentro del planeamiento del web doc las rutas del oro?

Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="472 645 550 701"><b>Rosa Julián</b></p>	<p>Sí, la temática tiene una gran capacidad para expandir sus contenidos dentro de web doc. Los productores amplían la historia conforme se avanza en el recorrido de la página y se genera profundidad capítulo a capítulo con nuevos personajes, problemáticas, entornos y enfoques. Estos principios se logran de la mano de diferentes recursos narrativos y herramientas como: entrevistas, personajes, textos, hipervínculos, mapas y otras gráficas. Cabe resaltar, que este principio está desarrollado sólo por los creadores más no por los usuarios estableciéndose que este proyecto es cerrado para los usuarios porque no pueden generar contenido propio sino que se centran en el recorrido del productor.</p>
 <p data-bbox="480 1059 598 1115"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p>El texto es el resultado de la investigación periodística y ahí justamente está el mismo que va orientando a las personas, que lo involucre en la investigación de la minería informal. Hay un relato y ahí justo vienen las narrativas transmedia que es plantear el texto, poder desglosarlo, expandirlo en varias plataformas. Por muchas vías tiene el tema periodístico, el audiovisual, diferentes piezas para Internet.</p>
 <p data-bbox="491 1339 592 1395"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p>Brevemente podría decir que cada uno de los personajes reúne una historia rica, abundante y que se puede expandir según el grado de interés del usuario para conocer en profundidad detalles de cada uno de los personajes que se ve en el web doc.</p>
 <p data-bbox="491 1563 601 1619"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p>Se intentaba presentar a cada personaje y dependiendo del interés del usuario podía conocer con detalle la vida, la problemática de los protagonistas de la historia que se presenta. Siento que hay mucha información de uno y otro país en el que podemos invertir mucho tiempo conociendo sus historias.</p>
 <p data-bbox="491 1809 588 1865"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p>Toda la investigación reunida, los hallazgos obtenidos se planearon ponerlos en la plataforma para que las personas que pudiesen encontrarlo por capítulos puedan ir primero a Perú, Ecuador y luego la posibilidad de visitar Colombia Brasil. Conocer la matriz para luego desencadenar en sus variantes. Así es como fue pensado.</p>

*Elaboración propia*

Tabla 30. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el uso de los hipertextos en el web doc Las Rutas del Oro.

Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="480 696 635 725"><b>Rosa Julián</b></p>	<p data-bbox="676 656 1353 775">Es uno de los aspectos básicos y destacados que tiene un producto como este. Diferentes enlaces permiten ampliar la información sobre cada uno de los personajes o historias que se presentan en el documental.</p>
 <p data-bbox="480 943 635 999"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p data-bbox="676 869 1334 987">Ese es un tema bastante bien desarrollado que le da mucha facilidad al usuario de poder vincularse con uno y otro tema durante su recorrido o navegabilidad por la página.</p>
 <p data-bbox="480 1189 635 1245"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p data-bbox="676 1160 1315 1245">Siento que invita a querer desentrañar con detalle las historias de cada uno de los personajes. Están bien implementados</p>
 <p data-bbox="480 1435 635 1491"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p data-bbox="676 1373 1350 1518">Se decidió trabajar mucho con los hipertextos para darle opción al usuario de poder ir descubriendo paso a paso las diferentes historias que se entretajan en el documental interactivo. Ellos les permite profundizar o saltar algo que no les sea de interés.</p>
 <p data-bbox="480 1682 635 1738"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p data-bbox="676 1619 1347 1765">Desde el planteamiento se propuso que el usuario tuviese la posibilidad de ser parte del proceso de investigación y con los hipertextos podría ir poco a poco obteniendo mayor información sobre el personaje que deseaba conocer.</p>

Elaboración propia

Tabla 31. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre implementación de componentes audiovisuales en el web doc Las Rutas del Oro.

Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="475 629 630 663"><b>Rosa Julián</b></p>	<p data-bbox="676 562 1342 741">Siento que desde su presentación muestra un gran atractivo que puede atrapar al usuario rápidamente. La disposición de los controles en las imágenes que propone invita al usuario hacer parte de esa experiencia, que invita a viajar de un país a otro tras un hilo principal que es lo que sucede con el oro.</p>
 <p data-bbox="475 875 630 936"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p data-bbox="676 808 1342 958">En definitiva, tiene un atractivo desde su inicio y a medida que uno va avanzando en la historia el material audiovisual que uno descubre es de gran valor y siento que parte del éxito alcanzado por este web doc es justamente todo el material que reúne en su plataforma.</p>
 <p data-bbox="475 1093 630 1153"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p data-bbox="676 1032 1342 1153">Es un material interesante, atractivo desde el inicio y que presenta el problema en vivo con todos los personajes involucrados para conocer sus historias y los otros problemas que derivan de esta actividad ilícita.</p>
 <p data-bbox="475 1339 630 1400"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p data-bbox="676 1279 1342 1429">El trabajo que se realizó en el campo de acción nos ha permitido recoger un material muy valioso que se ha puesto al alcance de todos los usuarios. Este material es lo que nos ha permitido obtener grandes reconocimientos por el trabajo realizado.</p>
 <p data-bbox="475 1585 630 1646"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p data-bbox="676 1525 1342 1675">Pienso que los materiales utilizados en el documental interactivo es lo más valioso de la producción y el usuario tiene la posibilidad de acceder a ellos en forma progresiva, de repetirlos o internarse en ellos según la decisión que tome.</p>

Elaboración propia

Tabla 32. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre el tiempo de duración de los materiales audiovisuales en el web doc Las Rutas del Oro.

Entrevistados	Respuestas
 <p><b>Rosa Julián</b></p>	<p>Eso puede ser variable dependiendo de la importancia o trascendencia que pueda tener el material audiovisual. No siempre es bueno cortarlo a pesar de que sea un testimonio, sin embargo, la tendencia es que los videos hoy en día sean cortos en su duración.</p>
 <p><b>Carlos Terrones</b></p>	<p>Los jóvenes que habitualmente interactúan con este tipo de productos buscan siempre materiales audiovisuales de corta duración. En esta plataforma hay videos que son extensos pero que guardan mucha información para el propósito que se busca.</p>
 <p><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p>Definitivamente hay una tendencia mundial entre los productos audiovisuales que piden que los videos deban ser más cortos. Las aplicaciones que se usan hoy en día guardan ese patrón porque es una tendencia. Deberíamos intentar ceñirnos a la regla, no obstante, con algunas excepciones.</p>
 <p><b>Audrey Córdova</b></p>	<p>Consideramos la importancia y el valor de la información, por eso es que si había un video largo generábamos otro hipertexto para poder seguir desarrollando la historia y el que deseaba podía continuar y sino saltar hacia otro personaje.</p>
 <p><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p>Se evaluaba cuánto debía durar el material puesto en la plataforma porque los testimonios eran muy ricos en información, por lo tanto, el público decidía consumir la totalidad o pasar a otro capítulo del documental web.</p>

*Elaboración propia*

Tabla 33. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre la participación transformativa del usuario en el web doc Las Rutas del Oro.

**Pregunta:** ¿Existe una tipología estratégica definida para una participación transformativa de las audiencias del web doc las rutas del oro?

Entrevistados	Respuestas
 <p><b>Rosa Julián</b></p>	<p>Considero que existe objetivo claro en esta producción: concientizar sobre las consecuencias de la minería ilegal en Latinoamérica.</p> <p>Se desarrolló una estrategia clara a través de la creación de contenidos atractivos y cercanos mediante el uso de recursos audiovisuales y digitales que diga conocer la problemática y establecer una conexión con los usuarios, a quienes se les motiva a participar en el desarrollo de la historia con una experiencia y participación de observación, exploración, solitaria y cerrada, ya que no puede modificar la historia, ni expandirla.</p>
 <p><b>Carlos Terrones</b></p>	<p>Autores como Jesús Flores con Denis porto, libro que se llama periodismo transmedia, plantean también que tiene que haber una vinculación, esa creación con el público, esa expansión de la historia. Entonces desde ese punto de vista quizás no se cumplió esa parte faltó la estrategia para que puedan a través de las redes sociales obtener la intervención del público. Pudo ser mejor.</p>
 <p><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p>Si en el Perú no había antecedentes de este tipo de trabajo es posible pensar que es una falta de experiencia en el medio no permitió considerar la participación activa de los usuarios. Pero es sumamente válido porque lo hicieron, porque hoy somos antecedente del cual gente como vos puede valerse para hacer una investigación.</p>
 <p><b>Audrey Córdova</b></p>	<p>Tal vez es una de las experiencias que debemos tomar en cuenta para un próximo trabajo. Es una lección en la que debemos de reparar: la participación activa del público.</p>
 <p><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p>Pensamos en ser vistos por el público al que nos dirigíamos y hemos tenido llegada y buena aceptación en las redes que utilizamos. No consideramos tener una participación más activa de parte de los usuarios.</p>

*Elaboración propia*



Tabla 34. Respuestas de los productores de documentales transmedia sobre la aplicación de la narrativa transmedia en el web doc Las Rutas del Oro.

Entrevistados	Respuestas
 <p data-bbox="475 667 625 698"><b>Rosa Julián</b></p>	<p data-bbox="676 564 1353 810">Es un documental valioso por el tema que propone y por todo el material que presenta producto de su investigación. Tal vez no tenga una super estrategia de participación, pero te lleva a que te sientas parte de el. Si hubiese sido ficción ofrecería mayores posibilidades de co-creación, pero si lo vinculamos a las otras opciones que manifiestan su extensión, se puede decir que cumple con lo transmedial.</p>
 <p data-bbox="475 963 593 1025"><b>Carlos Terrones</b></p>	<p data-bbox="676 869 1347 1115">Quienes tienen la idea tienen que romperse la cabeza un poco buscando de qué manera mis públicos pueden enterarse. Pero no solamente es la única forma en las redes sociales, hay otras plataformas que se pueden enterar. Tengo que conocer las bondades del canal que quiero utilizar. Se trata también de ser muy estratégico con los contenidos y es algo que a este proyecto tal vez le faltó.</p>
 <p data-bbox="475 1245 593 1308"><b>Melisa Iglesias</b></p>	<p data-bbox="676 1173 1321 1397">Remarcar justamente que estas personas hicieron lo que pudieron con la información que tenían en el momento que estaban y es válido porque lo hicieron. Un proyecto transmedia no es una ventana que tiene información, para nada. Un proyecto transmedia tiene que tener un prosumidor, que es el rol activo del usuario.</p>
 <p data-bbox="475 1550 609 1612"><b>Audrey Córdova</b></p>	<p data-bbox="676 1456 1347 1702">La experiencia de trabajar un proyecto como el de las rutas del oro nos dejó muchas enseñanzas. Considero que hay algunas experiencias de las que se tiene que aprender para considerarlas de mejor manera en un siguiente proyecto. Sin embargo, este documental interactivo nos ha dado muchos reconocimientos dentro y fuera del Perú, tanto así que está reconocido como tal en el MIT.</p>
 <p data-bbox="475 1827 593 1890"><b>Jimmy Carrillo</b></p>	<p data-bbox="676 1760 1321 1917">En la concepción de la transmedialidad pueden haber algunos aspectos que no se tuvieron presente tal vez por falta de experiencia, sin embargo, hasta el día de hoy tenemos invitaciones por el documental que nos satisfacen por la trascendencia que ha tenido.</p>

Elaboración propia

## CAPITULO IV: DISCUSIÓN

En este apartado se discuten los logros obtenidos que guardan relación con el planteamiento del problema y los objetivos. Valga indicar que se toma como referencia el documental interactivo del 2015, *Las Rutas del Oro*, producido por la SPDA y la colaboración de Ojo Público.

Después de seis años de su lanzamiento se ha considerado para la realización de un Focus group a jóvenes de VIII ciclo de Comunicaciones en adelante, incluida una egresada que vive en el Cusco y que ha tenido oportunidad de conocer de cerca el problema que presenta dicho web doc.

Dentro de los hallazgos iniciales de la investigación sobre el documental interactivo cabe señalar que para la gran mayoría de los participantes esta ha sido la primera experiencia de interactuar frente a un producto con estas características, lo cual generó un proceso lento en la dinámica de navegación al interior de la página, el cual fue superado a medida que se conocía el planteamiento de interactividad al interior de la misma.

La página muestra desde su presentación un atractivo muy particular que atrapa al usuario y ha sido manifestado por todos los usuarios convocados a esta práctica. Desde el color negro que centra como foco de atención no sólo el nombre del web doc, sino que da pie al sobre vuelo del tema de fondo y presenta la problemática que se ha de abordar a continuación.

La sala de espera del aeropuerto como punto de embarque es uno de los atractivos generales para iniciar esta aventura digital. Sin embargo, algunos usuarios señalan tener mayor precisión sobre los controles de mando y las páginas con las cuales ha de vincularse este producto.

Para la fecha en que se lanzó este documental los participantes del Focus group señalaron que el diseño es bueno, atractivo y realmente novedoso como nuevo producto interactivo. Uno de los aspectos más relevantes dentro de las características de este producto digital es la posibilidad de dar a conocer una problemática ajena, por ejemplo, a la capital de nuestro país, pues se centra específicamente en las fronteras del territorio peruano, donde sus autoridades, pobladores y afectados en general son testigos manifiestos de la indiferencia frente al cuidado de la naturaleza y el medio ambiente, así como de los efectos en la economía directa de la región y problemas anexos que se ocasionan como consecuencia del tema de fondo de este documental interactivo.

Una característica de estos productos novedosos para nuestra realidad, es la libertad de la que goza el usuario al momento de navegar al interior de la página. La posibilidad de revisar, repetir o profundizar sobre alguno de los temas propuestos, o de manera contraria, saltar determinado tipo de contenido es una opción que queda a elección del usuario. Frente a ello, las razones son variadas y según la apreciación y gusto del internauta.

Como lo precisa Rosa Julián, desde los botones de navegación el usuario puede ir descubriendo la historia por capítulos, conociendo personajes, repitiendo declaraciones, retrocediendo o avanzando y así conociendo la historia planteada país por país.

Un aspecto que se destacó durante el focus group con los estudiantes que navegaron al interior del web doc, fue a quién estaba dirigido de manera específica un producto como éste, pues ofreciendo nuevas características para un producto interactivo de mediados del 2015, el público no estaría familiarizado para ese entonces al manejo de una plataforma así. Si seis años después de su



lanzamiento los jóvenes usuarios, nativos digitales, reúnen las habilidades para desplazarse dentro de una página como ésta y a pesar de ello encontraron algunas deficiencias, surge la interrogante de quiénes realmente llegaron a usar y cuánto alcance tuvo un producto como este en su difusión.

Carlos Terrones, productor del proyecto transmedia '*Los hijos de Lima 2019*' y '*Kapuscinski, la historia que trasciende*', precisó que un trabajo así sería visto por personas vinculadas al trabajo de la minería informal, así como ONGs, investigadores universitarios. Un público especializado, no masivo. Esta declaración sería confirmada posteriormente por Audrey Córdova y Jimmy Carrillo, quienes formaron parte de la producción de este webdoc, a lo que agregaron públicos relacionados con temas ambientales.

Otro de los aspectos de interés dentro de esta investigación es el referido a la expansión y profundidad que pueda haber generado el mensaje que proponía el web doc *Las Rutas del Oro*. Esta característica propia de la narrativa transmedia es uno de los considerandos más importantes que se debe tomar en cuenta desde el planeamiento y aunque en este caso pasó por la mesa de producción del equipo de trabajo, ahora que se sabe que no se planificó como realmente debió de serlo, bajo las declaraciones de Audrey Córdova, quien precisara que revisaron muchos productos similares de fuera como de Colombia, Argentina, Francia, porque en el Perú no había ejemplo alguno a seguir, era la primera vez que periodísticamente se iba a usar la narrativa transmedia y un documental interactivo también.

Carlos Terrones precisa al respecto que un producto como *Las Rutas del Oro* cuenta con otros medios que permiten multiplicar la idea como un video de 30 min, un blog, un libro fácil de descargar y eso es totalmente válido para ser

considerado transmedia. Sin embargo, pareciera que no se consideró vías alternas y ello probablemente porque en el año de producción solo la red social Facebook era la más utilizada para difundir y compartir mensajes. Jimmy Carrillo dice que Instagram recién aparecía y no se comportaba como lo hace hoy en día como red social. Por tanto, se usó lo que hasta ese entonces había y no se podía hacer más, más allá de la falta de experiencia en el rubro.

Rosa Julián indica que este principio es desarrollado por los creadores, más no por los usuarios, estableciéndose que este proyecto es cerrado para los usuarios porque no pueden generar contenido propio.

Sobre el tema, los usuarios dieron a notar que incluso las dos redes sociales, Facebook y Twitter, incluidas dentro del webdoc, no funcionan como debería, ya que si es cierto que *Las Rutas del Oro* tiene una página en Facebook con algunas notas y visitas de usuarios que saludan un producto como este y a veces muestran compartir algunas publicaciones de la misma, no sucede lo mismo con Twitter, pues al ingresar al enlace de la red social nos lleva a abrir la cuenta individual del usuario para que pueda compartir algo en su perfil personal sobre el web doc.

Las entrevistas con los profesionales sobre el tema han permitido corroborar uno de los objetivos iniciales en el presente trabajo de investigación que me llevó a plantear el tercer objetivo: si es que había un plan definido para que el público participe de manera libre en una participación transformativa dentro de este *i-doc*.

Frente a ello, la argentina Melisa Iglesias nos dice que cuando se arma la producción de un producto transmedial, desde el proyecto se tiene considerado no sólo el presupuesto, sino incluso, hasta el tiempo de duración que debe tener

el mismo en las redes. No hay nada que deba escapar al planeamiento. Tal cual como lo cita Eva Casado (2013), al precisar que la reunión de un equipo de profesionales debe evaluar absolutamente todo lo que el usuario ha de encontrar desde que inicia su navegación en la página web. Todos esos detalles se reflejan en la biblia del proyecto, tal cual como lo refiere Iglesias.

Como lo reafirma Rosa Julián, este es un trabajo en el que el usuario es un invitado a una experiencia y participación de observación, exploración, solitaria y cerrada, ya que no puede modificar ni expandir la historia.

En esa línea valga citar las palabras coincidentes de Audrey Córdova respecto a este último objetivo de trabajo: el web doc *Las Rutas del Oro* no fue pensado como te decía en que pudiera sobrevivir, en que pudiera seguir actualizándose. Creo que es un producto que va a tener un inicio y va a tener un final.

Este es un trabajo que deja un precedente de todo lo que se pudo hacer hasta ese entonces con la información que se manejaba y que hoy en día sirve como un antecedente para investigaciones como ésta y otras por venir que trabajen el tema transmedial.

Los resultados de esta investigación dejan de manera clara que para ser la primera muestra transmedia en nuestro país, se recogieron buenos logros. Pero no se puede pasar por alto que como experiencia transmedia, debe consentir desde su planeamiento cada uno de los objetivos que se proponga el proyecto, así como prever cada paso, cada movimiento que va hacer el usuario dentro de la interfaz, hasta dónde puede llegar y por cuánto tiempo será esta una página activa.

De manera similar, queda claramente establecido que los jóvenes son el público directo para este nuevo tipo de formato que empieza recién a despertar en nuestro medio, ya que sólo las ONGs, sector privado y universidades apuestan por impulsar proyectos de este tipo, tal como lo cita Melisa Iglesias, quien no es ajena a impulsar cualquier tipo de tema, incluso los periodísticos como éste, pues hay que tener en cuenta que quien te elige es la gente y es quien decide que quiere consumir. Por eso, un buen estudio de mercado, pasión por quienes lo realizan, pero sustentado en una buena investigación.

## CONCLUSIONES

Esta tesis se trazó como objetivo analizar y finalmente constatar si los principios y características de una nueva forma de presentar contenidos interactivos en los portales web estaban incluidos en la producción de un primer producto local con esos referentes. De ser así, ser testigo de los logros o fallos obtenidos por el web doc *Las rutas del oro* (2015).

**PRIMERA: La interactividad como característica del documental web ha sido debidamente implementada en la construcción de la página web que aloja el web doc *Las Rutas del Oro*, capaz de generar en el usuario una experiencia inmersiva convirtiéndolo en testigo o protagonista de la historia presentada.**

Aunque para su tiempo era totalmente novedoso en nuestro medio, desde su presentación muestra, como lo dicen los usuarios, todos los botones para la navegación, enlaces, conectividad a páginas de redes sociales. Desde el punto de vista de los productores, fueron días de reuniones para decidir plantear la navegación del usuario al interior de la página como si fuera un juego de video y que por niveles pueda ir avanzando y descubriendo a los personajes y sus historias. Como lo dice Liuzzi (2015), es la posibilidad que tiene el usuario para que participe a través de plataformas diferentes y gracias a la tecnología se construyan nuevos límites creativos.

Esta es una opción que queda abierta a las nuevas producciones porque al paso del tiempo aparecen alternativas que permiten interactuar de manera diferente con los contenidos que se alojan en las plataformas digitales.

**SEGUNDA: EL WEB DOC LAS RUTAS DEL ORO no responde a los principios de la narrativa transmedia de expansión y profundidad de sus propios contenidos.**

Como lo diría García (2016), el documental interactivo es un último género ya consolidado, por tanto, debería guardar consigo en cada producción determinado tipo de características que evidencian la naturaleza de sus principios que le dan origen como nuevo producto audiovisual.

Aunque el web documental *Las Rutas del Oro* es un producto que tiene otras plataformas que apoyan su difusión (un blog, un libro descargable, un video de 30 min, una página de Facebook, investigaciones complementarias sobre el tema) tal como lo define Scolari (2015), esta nueva experiencia inmersiva espera que el usuario no sea sólo testigo de los hechos, sino incluso protagonista.

Bajo los argumentos que precisa Jenkins (2003), un proceso transmediático se califica como tal una vez que el usuario participa del consumo del mensaje en alguna de estas plataformas. Sin embargo, la expansión le debe permitir al usuario ser cocreador de nuevos contenidos, esa posibilidad de ser productor de nuevos contenidos y extender el relato. Algo que no permite este proyecto.

**TERCERA: LA ADECUADA PRODUCCIÓN DE UN DOCUMENTAL TRANSMEDIA REQUIERE CONSIDERAR UN PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO QUE CONSIDERE LA PARTICIPACIÓN CONSTRUCTIVA DE LOS USUARIOS.**

Aunque no pareciera mucho el tiempo transcurrido desde el lanzamiento del web doc *Las Rutas del Oro* (2015) a la fecha, el desarrollo tecnológico que trae consigo el internet ha mostrado una evolución tan grande que cada vez son más las aplicaciones que aparecen ofreciendo alguna ventaja o servicio sobre otra ya existente.

Ello implica que cada vez hay una mayor cantidad de plataformas o canales abiertos para que los usuarios puedan manifestar, dar a conocer sus opiniones y ser más participativos de los productos a los que son invitados a navegar bajo estas nuevas experiencias inmersivas. Como lo afirma Jáuregui (2018), al precisar que los relatos transmedia buscan que la historia se pueda desplegar en varias plataformas de comunicación y múltiples medios, pero en ello, una parte de esa masa de consumidores asuma un rol participativo en la vía de expansión del relato.

## RECOMENDACIONES

A pesar de los años de vigencia que ya tiene este formato audiovisual para web en nuestro país, los documentales interactivos son una nueva muestra de la evolución de los productos audiovisuales. Saludar producciones locales de este tipo como *El Proyecto Quipu*, *La prueba de un campeón*, *Desaparecidas*, *Los hijos de Lima 2019*, *Inversiones chinas en el Perú*, *La vida en un desierto*, *El Buen Vivir*, entre otros más, además de nuestro tema de estudio *Las Rutas del Oro*, nos invitan a reconsiderar que hay nuevas formas de navegar e interactuar con este formato audiovisual como lo es el documental interactivo.

La experiencia de los productores del objeto de estudio e invitados profesionales a participar de este análisis, concuerdan en decir que es requisito indispensable hacer una exhaustiva investigación sobre el tema que los reúne para volcarla en el diseño de construcción de la página. Dicho diseño debe estar pensado en todas las posibilidades que el usuario podría generar al momento de navegar en la página que aloje al *i-doc*. Por lo tanto, el storytelling debe estar pensado desde la inmersión, desde la transmedialidad.

Es preferente que el equipo de producción reúna a los profesionales correspondientes a cada área del diseño para no atravesar problemas posteriores durante la interactividad de los usuarios.

Otro factor en el que hay que reparar es la usabilidad. Es decir, que se adapte a los equipos que más usan las personas, las tabletas o iPads, los equipos celulares. No sólo un computador. Ello le brinda al usuario la facilidad de acceder al web doc esté donde esté y de encontrar un producto que sea amigable, lo suficientemente intuitivo para no restringir diferencias entre sus públicos, de modo que no sólo los nativos digitales se sientan identificados con el producto, sino que sea una invitación abierta a todos.



Otro detalle a considerar como parte de las tendencias de los productos audiovisuales es que los contenidos a presentar deben ser cortos al igual que los textos, de poca extensión y mejor aún si son audiovisuales. Profundizar sobre un tema los debe llevar a consultar fuentes o enlaces que deban ser proporcionados incluso dentro de la misma interfaz.

Tener presente que las ofertas del internet respecto a las páginas de redes sociales son una puerta siempre abierta para la multiplicación y expansión del mensaje. Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, son páginas muy utilizadas y de fácil acceso al usuario. Pero otras formas de transmedializar un contenido es a través del audio, por tanto, los podcasts, alojados en páginas como Soundcloud, Spotify, Música, son una alternativa para los públicos más jóvenes.

Carlos Terrones precisa además que las redes sociales no son la única vía. Hay otras plataformas, pero hay que conocer las bondades del canal que se desea utilizar. Incluso chats de Whatsapp, algo que se utiliza a diario por millones de personas, porque lo que buscan los proyectos transmedia son generar comunidad (Dra. Melisa Iglesias).

El usuario de hoy es una persona que pertenece a un sistema generativo y colaborativo, presto a producir nuevos contenidos después de sumergirse en esa realidad presentada, y más aún si es ficción, tal como lo reafirma Rosa Julián: lo más alto de la interacción en un proyecto transmedia es la participación y generación de contenido. No ser consumidores, sino prosumidores, algo en lo que todos los especialistas en el tema concordaron de manera unánime.

La invitación a navegar estas páginas interactivas sin embargo presenta un problema en el Perú: el acceso al internet.

Aunque la costa de nuestro país tenga una red de fibra óptica que asegure la estabilidad de la señal, la misma no está aún presente en toda la capital. Esta red se empieza a extender hacia las regiones del interior del país, pero pasará mucho tiempo más para garantizar su servicio y estos productos alcancen sentido definitivo en el país, sobre todo en las zonas más alejadas, así como se pudo apreciar en este trabajo, pues en las fronteras, los propios protagonistas de las historias de *Las rutas del oro*, no tenían acceso a internet para ver este web doc, según declaraciones de los propios productores.

Finalmente cabe señalar que las recomendaciones proporcionadas líneas arriba podrían ser consideradas, no para corregir el web doc tratado, sino para la elaboración de una segunda parte (según deslizaron esa posibilidad los productores de Las Rutas del Oro), como también para cualquier otra iniciativa de proyecto transmedia que se piense llevar a cabo de aquí en adelante en nuestro medio o fuera del mismo.

## REFERENCIAS

- Abellán, M., y de Miguel, M. (2016). *Narrativa transmedia: Resignificando el consumo mediático*. Presentación. *Icono* 14, 14(1), 1-7. doi: <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.947>
- Acuña, F., y Caloguerea, A. (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos tras media para múltiples plataformas*. Santiago de Chile: Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Alfonso, I. (2016). *La Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad del Aprendizaje. Referentes en torno a su formación*. Recuperado de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjIjMPA6NrrAhWVHLkGHVCcBNYQFjAAegQIBxAB&url=https%3A%2F%2Fdialognet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5766698.pdf&usq=AOvVaw0si5oqUFFbawSDeVg4SrT4>
- Barnouw, E. (2005). *El documental: Historia y Estilo*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Barroso, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, España. Editorial Síntesis, S.A.
- Barroso, J. (2009). *Realización de documentales y reportajes*. Madrid, España. Editorial Síntesis, S.A.
- Canals, I. (1997). *La societat de la informació en 34 punts i una esperança. Anuario de información y documentación*. Barcelona: SOCADI, pp. 153-160.
- Casado, E. (2013) *Fundamentos y evolución de la Multimedia*. Barcelona, España: Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de <http://multimedia.uoc.edu/blogs/fem/es/produccion-multimedia-conceptos-basicos-fases-y-metodos/>
- Costa, C.y Piñeiro, T. (2012). *Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, Crossmedia y Transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE)*. *ICONO* 14, 2012, Vol.10, No.2, pp. 102-125. ISSN 1697-8293. Madrid, España.

- Crovi, D. (2005, oct. - dic). *La sociedad de la información: una mirada desde la comunicación. Ciencia*. Recuperado de [https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/56\\_4/la\\_sociedad.pdf](https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/56_4/la_sociedad.pdf)
- Chumpén, M (2017), *Narrativa transmedia y su relación con el comportamiento del prosumidor a través de la campaña publicitaria “Leyes de la amistad de Pilsen”, año 2016*. (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.  
[http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3068/chumpen\\_em.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3068/chumpen_em.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Domínguez, E. (2013). *Periodismo inmersión: fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y la acción*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Ramon Llull.  
<https://www.tesisenred.net/handle/10803/108956#page=5>
- Falla, S. (2009, 26 de octubre). *Maestros del Web*. Dallas, EU.: Cloudflare.  
Recuperado de <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>
- Figuroa, G. (2016). *El documental interactivo en la era digital: un análisis del potencial de creación de públicos recursivos y de lo audiovisual en la etnografía contemporánea*. Revista Maguaré de la Universidad de Colombia, 30(2).
- Gallardo, E. (2015). *¿Qué es y cómo gestionar el crowdfunding?*. Barcelona, España. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- García, A. (2016). *Documental y Narrativa Transmedia. Estrategias creativas y modelos de producción*. (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla, España.  
[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/47911/DOC\\_NT\\_Tesis\\_aGarcia\\_1.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/47911/DOC_NT_Tesis_aGarcia_1.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Gaudenzi, S. (2009). *Digital interactive documentary: from representing reality to co-creating reality*. London: University of Goldsmiths. Centre for Cultural Studies (CCS).

- Gifreu, A. (2013). *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Barcelona, España: UOC.
- Gifreu, A. (2014). *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectiva de desarrollo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Gifreu, A. (2015): "Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa". *Obra Digital* (8): 14–39.  
<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1171/21es.html>
- Giufreu, A. (2016). *Evaluación del estado del arte en relación con la temática, las plataformas y la experiencia del usuario*. Telos, Fundación Telefónica.  
 Recuperado de  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero096/evaluacion-del-estado-del-arte-en-relacion-con-la-tematica-las-plataformas-y-la-experiencia-del-usuario/>
- González, M., López, J. y Luján, J. (1996). *Ciencia, tecnología y sociedad: una introducción al estudio social de la ciencia y la tecnología*. Madrid, España: Techno.
- Guerrero-Pico, M. (2016). *Narrativas Transmedia y contenidos generados por los usuarios: El caso de los crossovers*. Recuperado de  
[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2016000100012](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2016000100012)
- Hernández S., R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF. México: Mc Graw Hill. 6ta Edición.
- Islas, O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, Volumen 11 (29 – 39). Recuperado de  
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1413/1550>
- Islas, O. (2008). Internet como herramienta para la investigación. *Razón y palabra*. <http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2008/jul21.html>
- Islas, O. (2015). *La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica*. *Palabra Clave*, 18(4), 1057-1083. DOI:  
 10.5294/pacla.2015.18.4.5  
<http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v18n4/v18n4a05.pdf>
- Jáuregui, D. (2018). *Señal Colombia Proyecta*. Virginia, EU.: Amazon-Aes.

<https://proyecta.senalcolombia.tv/guias/que-es-y-como-hacer-un-transmedia>

- Jenkins, H. (2003, Enero 15). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review. Retrieved Enero 22, 2019, from <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Karbaum, G. (2018). *Periodismo y transmedia: narrativa, redes y contenidos*. Lima, Perú: UCAL.
- Liuzzi, A. (2015, marzo 6). *El documental interactivo en la Era Transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos*. *Documentales interactivos y Narrativas Transmedia*. Revista Obra Digital. España. Recuperado de <https://medium.com/transmedia-historitelling/el-documental-transmedia-géneros-h%C3%ADbridos-códigos-narrativos-y-experiencias-de-consumo-8b00dde2039f>
- Lloret, P. (2015, 08 de octubre). *Fases de un Proyecto Transmedia (I)*. Youvlog. Recuperado de <https://youvlog.wordpress.com/2015/10/08/fases-de-un-proyecto-transmedia-i/>
- Martínez, P. (2006). *El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica*. *Pensamiento & Gestión*, 165-193. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602005.pdf>
- Martínez, V. (2013). *Paradigmas de investigación Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctica crítica*. Recuperado de [https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7\\_Paradigmas\\_de\\_investigacion\\_2013.pdf](https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf).
- Miranda, J., y Figuero, J. (2016). *El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: el caso de El Ministerio del Tiempo*. *Index Comunicación*, 6(2), 115- 134. Recuperado de <https://goo.gl/x7Wxm6>

- Montoya, W. (2019). *La crítica cinematográfica y las narrativas transmedia en los contenidos de Cinesmero: año 2018*. (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5991/MONTOYA\\_GW.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5991/MONTOYA_GW.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Moreno Sánchez, I. (2002). *Musas y nuevas tecnologías: el relato hipermedia*. España: Paidós.
- Morón, A. y Aguilar, D. (1994). *Multimedia en educación*. Revista Comunicar 3. Artículo, pag 81.
- Muñoz, D. (2018). *La narrativa transmedia en el nivel de logro de aprendizaje de la asignatura de Comunicación Digital de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Lima, Perú.  
<http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/3128/TM%20CE-Du%204444%20M1%20-%20Muñoz%20Palacios%20David.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Okuda, M. y Gómez, C. (2005). *Métodos en investigación cualitativa: triangulación*. Revista colombiana de psiquiatría, vol. XXXIV/No.1 Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n1/v34n1a08.pdf>
- Ontalba, J. (2007, agosto 30). *Teorías sobre la sociedad de la información: un análisis comparativo*. Fesabid 98. Recuperado de [http://eprints.rclis.org/10330/1/teorias\\_socinf.pdf](http://eprints.rclis.org/10330/1/teorias_socinf.pdf)
- Ortíz, F. (2016). *Metodología de la Investigación Científica*. México: Editorial Limusa.
- Peiró, R. (2017). *Economipedia*. Roubaix, Francia: Ovh Sas. Recuperado de
- Pérez, G. (2008). *La web 2.0 y la sociedad de la información*. Universidad autónoma de Coahuila. México. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v56n212/v56n212a4.pdf>
- Reguillo, R. (2012). *Navegaciones errantes. De música, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa*. Comunicación y Sociedad, 18, pp. 135-

171. 21 de septiembre de 2014. Recuperado de <http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/6.pdf>
- Renó, D., Campalans, C., Ruiz, S., Gosciola, V. (2013). *Periodismo Transmedia: Miradas múltiples*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.
- Robles, F. (2007). *La ficción y el género periodístico. Documental y Periodismo*. Recuperado de <http://documentalyperiodismo.blogspot.com/2007/12/la-ficcin-y-el-gnero-periodstico.html>
- Rojas, I.(2011). *Hermenéutica para las técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales: una propuesta*. *Espacios Públicos*, 14(31),176-189. ISSN: 1665-8140. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67621192010>
- RD Station, (2017). *Redes Sociales*. Oregon, EU.: The Dalles. Recuperado de <https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>
- Sáenz, A. (2018). *La adaptación de los mockumentaries: multimodalidades en el ámbito de la traducción audiovisual*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España. <https://eprints.ucm.es/49953/1/T40574.pdf>
- Saldaña, W. (2013). *Comunicación web: medios, redes sociales blogs en el ciberespacio*. Lima: Fondo Editorial USMP
- Saorín, T. (2002). *Modelo conceptual para la automatización de bibliotecas en el contexto digital*. (Tesis Doctoral). Universidad de Murcia, España. <https://www.tesisenred.net/handle/10803/10903;jsessionid=C381480055670F5309712C90CB279EF3#page=10>
- Scolari, C. (2009). *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Productions*. *International Journal of Communication*, No. 3, pp. 586-606.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia, cuando todos los medios cuentan*. Barcelona. Editorial Deusto.
- Scolari, C. (2015, 12 de febrero). *Ecología de los medios. entornos, evoluciones e interpretaciones*. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2015/02/12/ecologia-de20-los-medios/>



- Scolari, C., y Establés, M. (2017). *El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas*. Palabra Clave, 20(4), 1008-1041. doi: <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>
- Valls, M. (19 de noviembre de 2015). *Hipertextualidad, interactividad y multimedialidad* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://mvallsa.wordpress.com/2015/11/19/hipertextualidad-interactividad-y-multimedialidad/>
- Vargas Cordero, Zoila Rosa (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. Revista Educación, 33 (1),155-165. ISSN: 0379-7082. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44015082010>
- Vázquez, J. (2020). *Tendencias en no ficción interactiva: perspectiva de los productores a través de un estudio Delphi*. adComunica. Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, (19), 61-82. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.5>.
- Vázquez, J., López, X., Gifreu, A. (2019). *Evolución del documental interactivo: perspectivas y retos para su consolidación*. Estudos em Comunicação nº 29, 127-145 Dezembro de 2019, pp. 127-145. DOI: 10.25768/fal.ec.n29.a08. [https://www.researchgate.net/profile/Jorge\\_Vazquez\\_Herrero/publication/338117480\\_Evolucion\\_del\\_documental\\_interactivo\\_perspectivas\\_y\\_retos\\_para\\_su\\_consolidacion/links/5e008ea292851c836493d298/Evolucion-del-documental-interactivo-perspectivas-y-retos-para-su-consolidacion.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Vazquez_Herrero/publication/338117480_Evolucion_del_documental_interactivo_perspectivas_y_retos_para_su_consolidacion/links/5e008ea292851c836493d298/Evolucion-del-documental-interactivo-perspectivas-y-retos-para-su-consolidacion.pdf)
- Vázquez, J., Negreira, M., Pereira, X. (2021). *Contribuciones del documental interactivo a la renovación de las narrativas periodísticas: realidades y desafíos*. Revista Latina de Comunicación Social [en línea]. 2017, (72), 397-41. ISSN. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81952828021>
- Vaughan, T. (2002). *Multimedia: manual de referencia*. México: Osborne McGraw-Hill.
- Wodaski, R. (1995). *Multimedia para todos*. México: Prentice Hall.

Zavala, D. (2016, 14 de noviembre). *El web-documental*. Icónica. Recuperado de <http://revistaiconica.com/el-web-documental/>

## ANEXOS

SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

Mg. ....

Presente. -

Yo, Henry Hernán Alfaro Romaña, candidato a maestro en Periodismo y Comunicación Multimedia de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos y contrastar las propuestas de trabajo de investigación para la tesis titulada: "Análisis de la narrativa transmedia en el documental web: *Las Rutas del Oro, 2015*"

Solicito a usted tenga bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Matriz de consistencia.
2. Operacionalización de las categorías.
3. Cuestionario.
4. Informe de validación del instrumento.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 10 de agosto de 2021

---

Henry H. Alfaro Romaña

DNI: 07876411

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>Título:</b> La narrativa transmedia en el documental web <i>Las Rutas del Oro 2015</i>				
<b>Problema General:</b> ¿Cómo se aplica la narrativa transmedia en el documental web <i>Las Rutas del Oro</i> ?				
<b>Objetivo General:</b> Analizar la aplicación de la narrativa transmedia en el documental web <i>Las Rutas del Oro</i> .				
PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	MARCO TEÓRICO	CATEGORÍAS	METODOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo se emplea la interactividad del web doc <i>Las Rutas del Oro</i> en el relato contado por varios medios, como característica de la narrativa transmedia?</li> <li>¿La expansión vs profundidad es considerada dentro del planeamiento del web doc <i>Las Rutas del Oro</i>?</li> <li>¿Existe una tipología estratégica definida para una participación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicar como la interactividad del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> se emplea en el relato contado por varios medios como característica de la narrativa transmedia.</li> <li>Establecer si la expansión vs profundidad es considerada dentro del planeamiento del web doc <i>Las Rutas del Oro</i>.</li> <li>Identificar si la tipología estratégica se pone de manifiesto en la</li> </ul>	<p><b>ANTECEDENTES:</b></p> <p><b>A nivel internacional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Liuzzi (2015) en su artículo titulado: <i>El documental interactivo en la era transmedia. De géneros híbridos y nuevos códigos narrativos</i>.</li> <li>García (2016) en su tesis titulada “Documental y narrativa transmedia. Estrategias creativas y modelos de producción” para optar por el grado de doctor en el departamento de comunicación audiovisual y publicidad de la Universidad de Sevilla.</li> <li>Vázquez, López y Gifreu (2019), en su artículo <i>Evolución del documental interactivo: perspectivas y retos para su consolidación</i>,</li> </ul>	<p><b>CATEGORÍA 1:</b> Narrativa transmedia</p> <p><b>SUBCATEGORÍA 1</b></p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Relato contado por varios medios.</li> <li>Participación del público.</li> </ul> <p><b>SUBCATEGORÍA 2</b></p> <p>Principios de la Narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Expansión vs Profundidad</li> </ul>	<p><b>Enfoque de la investigación:</b> Cualitativo</p> <p><b>Nivel de la Investigación:</b> Descriptivo-Explicativo</p> <p><b>Diseño:</b> Fenomenológico</p>

<p>transformativa de las audiencias del web doc <i>Las Rutas del Oro</i>?</p>	<p>participación transformativa de las audiencias del web doc <i>Las Rutas del Oro</i></p>	<p>publicado en la revista Estudos em Comunicaçãõ.</p> <p><b>A nivel nacional:</b></p> <p>- Muñoz (2018), en su tesis titulada: “La narrativa transmedia en el nivel de logro de aprendizaje de la asignatura de Comunicación Digital de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres”, para obtener el grado de Maestro en Ciencias de la Educación en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.</p> <p>- Para Chumpén (2017), en su tesis titulada: “Narrativa transmedia y su relación con el comportamiento del prosumidor a través de la campaña publicitaria “Leyes de la amistad de Pilsen”, año 2016”, para optar por el grado de Maestro en Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres.</p> <p><b>Bases Teóricas:</b></p> <p>Islas, O. (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica.</p> <p>Scolari, C. (2015). <i>Ecología de los medios. entornos, evoluciones e interpretaciones.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuidad vs Multiplicidad</li> <li>• Serialidad</li> </ul> <p><b>SUBCATEGORÍA 3</b></p> <p>Tipología:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Táctica</li> <li>• Estratégica</li> </ul> <p><b>CATEGORÍA 2:</b> DOCUMENTAL WEB</p> <p><b>SUBCATEGORÍA 1</b></p> <p>Características del <i>Web Doc</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multimedialidad</li> <li>• Hipertextualidad</li> <li>• Interactividad</li> </ul> <p><b>SUBCATEGORÍA 2</b></p> <p>Fases de Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeamiento</li> <li>• Desarrollo y lanzamiento</li> </ul>	<p><b>Método:</b></p> <p>Descriptivo</p> <p>Deductivo</p> <p><b>Técnicas de recolección de Datos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnica: Entrevistas.</li> <li>• Instrumento: Cuestionario.</li> <li>• Técnica: Observación.</li> <li>• Instrumento: Ficha de observación.</li> <li>• Técnica: Focus group.</li> <li>• Instrumento: cuestionario.</li> </ul>
---	--	--	---	---

		<p>Alfonso, I. (2016). La Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad del Aprendizaje.</p> <p>Gifreu, A. (2013) <i>El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo</i></p> <p>Karbaum, G. (2018). Periodismo y transmedia: narrativa, redes y contenidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión y mantenimiento</li> </ul> <p>SUBCATEGORÍA 3</p> <p>Participación de las Audiencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación selectiva</li> <li>• Participación transformativa</li> <li>• Participación constructiva</li> </ul>	
--	--	---	---	--



# CUESTIONARIO

## NARRATIVA TRANSMEDIA.

### Características.

#### a. Relato contado por varios medios

1. ¿Qué los llevó a considerar sólo Facebook y Twitter como plataformas para expandir el documental interactivo *LRO*?

#### b. Participación del público

2. ¿Qué expectativas tuvieron del público al lanzar un documental web como el de *Las rutas del Oro*?
3. ¿El contenido que el público generó en torno al web doc *LRO* fue el que uds. esperaban?
4. ¿Cuál es el mayor aporte que ha generado el usuario en razón a su participación con el documental interactivo *Las Rutas del Oro*?

### Principios.

#### a. Expansión versus profundidad

5. ¿Consideras que las plataformas utilizadas por el público cubrieron las expectativas de la producción?
6. ¿Cuál consideran la razón para que el web doc *Las Rutas del Oro* no haya viralizado su contenido?
7. Desde su punto de vista, ¿cuál cree es el aporte diferencial que la versión interactiva del web doc presenta frente a la versión estándar del documental lineal?

#### b. Continuidad versus multiplicidad

8. ¿Qué tipo de experiencias ofrece a sus usuarios el web doc *LRO* para conocer más a los personajes protagonistas del documental?
9. ¿Hay alguna experiencia narrativa que permita explorar la multiplicación de los mensajes por parte del público?



10. ¿Debido a qué es que consideran sólo dos plataformas de comunicación para difundir el web doc *LRO*?
- c. Serialización

11. ¿Estimas que algo faltó para mantener en vigencia en el tiempo al web doc *LRO*?

### **Tipología.**

12. ¿Cómo fue el planeamiento estratégico para hacer de esta investigación un documental interactivo?

### **DOCUMENTAL WEB.**

#### **Características del Web doc.**

a. Multimedialidad

13. ¿En qué medida considera que la plataforma del documental web *Las Rutas del Oro* reúne todos los componentes audiovisuales que deben satisfacer al usuario?

b. Hipertextualidad

14. ¿De qué manera se establece el diseño y uso de los hipertextos en función de la facilidad para los usuarios dentro del web doc?

c. Interactividad

15. ¿Cómo calificaría el diseño de interactividad que presenta en su plataforma el web doc *Las Rutas del Oro*, respecto de los usuarios?

#### **Fases de la Producción.**

a. Planeamiento

16. ¿Qué consideraciones tuvo el planeamiento del documental web *Las Rutas del Oro* para su realización como un producto transmediático?

b. Desarrollo y lanzamiento

17. ¿De qué manera se aprueban los elementos y estructuras del diseño del web doc *Las Rutas del Oro* antes de ser puesto en una multiplataforma al servicio del usuario?

c. Gestión y mantenimiento

18. Desde su lanzamiento en el 2015, ¿qué tipo de problemas se han presentado respecto al uso de la plataforma del documental interactivo *LRO*?

**Participación de las audiencias**

19. ¿A qué tipo de público en específico se dirige este web doc?

20. ¿El documental interactivo *Las Rutas del Oro* invita al usuario a tener una participación selectiva, transformativa o constructiva en su interacción?

21. ¿Se ha extendido a través de otras redes que no contemplaron algún mensaje sobre el web doc *Las Rutas del Oro*?

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Mario Chumpén Espinoza
- 1.2 Grado académico: Magister
- 1.3 Institución donde labora: UPC
- 1.4 Especialidad del validador: Comunicación audiovisual
- 1.5 Título de la investigación: “LA NARRATIVA  
TRANSMEDIA EN EL VIDEO DOCUMENTAL  
WEB: LAS RUTAS DEL ORO, 2015”
- 1.6 Autor del instrumento: Henry Hernán Alfaro Romaña
- 1.7 Instrumento: Entrevista a profundidad – Cuestionario.

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Narrativa Transmedia)

Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Items</b>				
<b>Características</b>				
1. ¿Qué los llevó a considerar sólo Facebook y Twitter como plataformas para expandir el documental interactivo <i>LRO</i> ?			X	
2. ¿Qué expectativas tuvieron del público al lanzar un documental web como el de Las rutas del Oro?			X	
3. ¿El contenido que el público generó en torno al web doc <i>LRO</i> fue el que uds. esperaban?			X	
4. ¿Cuál es el mayor aporte que ha generado el usuario en razón a su participación con el documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	
<b>Principios</b>				
5. ¿Consideras que las plataformas utilizadas por el público cubrieron las expectativas de la producción?			X	
6. ¿Cuál consideran la razón para que el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> no haya viralizado su contenido?			X	
7. Desde tu punto de vista, ¿cuál cree es el aporte diferencial que la versión interactiva del web doc presenta frente a la versión estándar del documental lineal?			X	
8. ¿Qué tipo de experiencias ofrece a sus usuarios el web doc <i>LRO</i> para conocer más a los personajes protagonistas del documental?			X	

9. ¿Hay alguna experiencia narrativa que permita explorar la multiplicación de los mensajes por parte del público?			X	
10. ¿Debido a qué es que consideran sólo dos plataformas de comunicación para difundir el web doc <i>LRO</i> ?			X	
11. ¿Estimas que algo faltó para mantener en vigencia en el tiempo al web doc <i>LRO</i> ?			X	
<b>Tipología</b>				
12. ¿Cómo fue el planeamiento estratégico para hacer de esta investigación un documental interactivo?			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....100.....%

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Documental Web)

Items	Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Características del Web Doc</b>					
13. ¿En qué medida considera que la plataforma del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> reúne todos los componentes audiovisuales que deben satisfacer al usuario?				X	
14. ¿De qué manera se establece el diseño y uso de los hipertextos en función de la facilidad para los usuarios dentro del web doc?				X	
15. ¿Cómo calificaría el diseño de interactividad que presenta en su plataforma el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> , respecto de los usuarios?				X	
<b>Fases de la Producción</b>					
16. ¿Qué consideraciones tuvo el planeamiento del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> para su realización como un producto transmediático?				X	
17. ¿De qué manera se aprueban los elementos y estructuras del diseño del web doc <i>Las rutas del Oro</i> antes de ser puesto en una multiplataforma al servicio del usuario?				X	
18. Desde su lanzamiento en el 2015, ¿qué tipo de problemas se han presentado respecto al uso de la plataforma del documental interactivo <i>LRO</i> ?				X	

Participación de las Audiencias				
19. ¿A qué tipo de público en específico se dirige este web doc?			X	
20. ¿El documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> invita al usuario a tener una participación selectiva, transformativa o constructiva en su interacción?			X	
21. ¿Se ha extendido a través de otras redes que no contemplaron algún mensaje sobre el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: ...100.....%

## 1.8 Aspecto global del instrumento

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con el lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** ..100..... % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

( x ) El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto informante

DNI N° 41225763

Teléfono N° 968022110

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### DATOS GENERALES:

- 1.9 Apellidos y nombres del validador: Weslly Montoya Grados
- 1.10 Grado académico: Magister
- 1.11 Institución donde labora: USMP
- 1.12 Especialidad del validador: Comunicador audiovisual
- 1.13 Título de la investigación: “LA NARRATIVA  
TRANSMEDIA EN EL DOCUMENTAL WEB:  
LAS RUTAS DEL ORO, 2015”
- 1.14 Autor del instrumento: Henry Hernán Alfaro Romaña
- 1.15 Instrumento: Entrevista a profundidad – Cuestionario.

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Narrativa Transmedia)

Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Items</b>				
<b>Características</b>				
1. ¿Qué los llevó a considerar sólo Facebook y Twitter como plataformas para expandir el documental interactivo <i>LRO</i> ?			X	
2. ¿Qué expectativas tuvieron del público al lanzar un documental web como el de Las rutas del Oro?			X	
3. ¿El contenido que el público generó en torno al web doc <i>LRO</i> fue el que uds. esperaban?			X	
4. ¿Cuál es el mayor aporte que ha generado el usuario en razón a su participación con el documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	
<b>Principios</b>				
5. ¿Consideras que las plataformas utilizadas por el público cubrieron las expectativas de la producción?			X	
6. ¿Cuál consideran la razón para que el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> no haya viralizado su contenido?			X	
7. Desde tu punto de vista, ¿cuál cree es el aporte diferencial que la versión interactiva del web doc presenta frente a la versión estándar del documental lineal?			X	
8. ¿Qué tipo de experiencias ofrece a sus usuarios el web doc <i>LRO</i> para conocer más a los			X	

personajes protagonistas del documental?				
9. ¿Hay alguna experiencia narrativa que permita explorar la multiplicación de los mensajes por parte del público?			X	
10. ¿Debido a qué es que consideran sólo dos plataformas de comunicación para difundir el web doc LRO?			X	
11. ¿Estimas que algo faltó para mantener en vigencia en el tiempo al web doc LRO?			X	
<b>Tipología</b>				
12. ¿Cómo fue el planeamiento estratégico para hacer de esta investigación un documental interactivo?			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: ....100.....%

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Documental Web)

Items	Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Características del Web Doc</b>					
13. ¿En qué medida considera que la plataforma del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> reúne todos los componentes audiovisuales que deben satisfacer al usuario?				X	
14. ¿De qué manera se establece el diseño y uso de los hipertextos en función de la facilidad para los usuarios dentro del web doc?				X	
15. ¿Cómo calificaría el diseño de interactividad que presenta en su plataforma el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> , respecto de los usuarios?				X	
<b>Fases de la Producción</b>					
16. ¿Qué consideraciones tuvo el planeamiento del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> para su realización como un producto transmediático?				X	
17. ¿De qué manera se aprueban los elementos y estructuras del diseño del web doc <i>Las rutas del Oro</i> antes de ser puesto en una				X	



multiplataforma al servicio del usuario?				
18. Desde su lanzamiento en el 2015, ¿qué tipo de problemas se han presentado respecto al uso de la plataforma del documental interactivo <i>LRO</i> ?			X	
<b>Participación de las Audiencias</b>				
19. ¿A qué tipo de público en específico se dirige este web doc?			X	
20. ¿El documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> invita al usuario a tener una participación selectiva, transformativa o constructiva en su interacción?			X	
21. ¿Se ha extendido a través de otras redes que no contemplaron algún mensaje sobre el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: ...100.....%

## 1.16 Aspecto global del instrumento

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61- 80%	Excelente 81-100%
10. CLARIDAD	Está formulado con el lenguaje apropiado y específico.					X
11. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
12. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
13. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
14. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
15. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X
16. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
17. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
18. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** ....100..... % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

( x ) El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto informante

DNI N°: 70490539

Teléfono N°: 991187322

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Zapata Barrantes, Jeanett Milagritos.
- 1.2 Grado académico: Magister
- 1.3 Institución donde labora: Escuela de Educación Superior Pedagógica Pública Monterrico.
- 1.4 Especialidad del validador: Docente en Educación universitaria
- 1.5 Título de la investigación: "LA NARRATIVA  
TRANSMEDIA EN EL DOCUMENTAL WEB:  
LAS RUTAS DEL ORO, 2015"
- 1.6 Autor del instrumento: Henry Hernán Alfaro Romaña
- 1.7 Instrumento: Entrevista a profundidad – Cuestionario.

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Narrativa Transmedia)

Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Items</b>				
<b>Características</b>				
1. ¿Qué los llevó a considerar sólo Facebook y Twitter como plataformas para expandir el documental interactivo <i>LRO</i> ?			✓	
2. ¿Qué expectativas tuvieron del público al lanzar un documental web como el de Las rutas del Oro?			✓	
3. ¿El contenido que el público generó en torno al web doc <i>LRO</i> fue el que uds. esperaban?			✓	
4. ¿Cuál es el mayor aporte que ha generado el usuario en razón a su participación con el documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> ?			✓	
<b>Principios</b>				
5. ¿Consideras que las plataformas utilizadas por el público cubrieron las expectativas de la producción?			✓	
6. ¿Cuál consideran la razón para que el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> no haya viralizado su contenido?			✓	
7. Desde tu punto de vista, ¿cuál cree es el aporte diferencial que la versión interactiva del web doc presenta frente a la versión estándar del documental lineal?			✓	

8. ¿Qué tipo de experiencias ofrece a sus usuarios el web doc LRO para conocer más a los personajes protagonistas del documental?			✓	
9. ¿Hay alguna experiencia narrativa que permita explorar la multiplicación de los mensajes por parte del público?			✓	
10. ¿Debido a qué es que consideran sólo dos plataformas de comunicación para difundir el web doc LRO?			✓	
11. ¿Estimas que algo faltó para mantener en vigencia en el tiempo al web doc LRO?			✓	
<b>Tipología</b>				
12. ¿Cómo fue el planeamiento estratégico para hacer de esta investigación un documental interactivo?			✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Documental Web)

Items	Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Características del Web Doc</b>					
13. ¿En qué medida considera que la plataforma del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> reúne todos los componentes audiovisuales que deben satisfacer al usuario?				✓	
14. ¿De qué manera se establece el diseño y uso de los hipertextos en función de la facilidad para los usuarios dentro del web doc?				✓	
15. ¿Cómo calificaría el diseño de interactividad que presenta en su plataforma el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> , respecto de los usuarios?				✓	
<b>Fases de la Producción</b>					
16. ¿Qué consideraciones tuvo el planeamiento del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> para su realización como un producto transmediático?				✓	
17. ¿De qué manera se aprueban los elementos y estructuras del diseño del web doc <i>Las rutas del Oro</i> antes de ser puesto en una multiplataforma al servicio del usuario?				✓	
18. Desde su lanzamiento en el 2015, ¿qué tipo de problemas se han presentado respecto al uso de la plataforma del documental interactivo LRO?				✓	

Participación de las Audiencias				
19. ¿A qué tipo de público en específico se dirige este web doc?				
20. ¿El documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> invita al usuario a tener una participación selectiva, transformativa o constructiva en su interacción?				
21. ¿Se ha extendido a través de otras redes que no contemplaron algún mensaje sobre el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> ?				

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%

## 1.8 Aspecto global del instrumento

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con el lenguaje apropiado y específico.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				X	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** ..... % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

( X ) El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto informante

DNI N° 06776622

Teléfono N° 993751273

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador Torres Ravello, Carlos
- 1.2 Grado académico: Magister
- 1.3 Institución donde labora: USIL
- 1.4 Especialidad del validador: Audiovisual
- 1.5 Título de la investigación: “LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL DOCUMENTAL WEB: *LAS RUTAS DEL ORO*, 2015”
- 1.6 Autor del instrumento: Henry Hernán Alfaro Romaña
- 1.7 Instrumento: Entrevista a profundidad – Cuestionario.

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Narrativa Transmedia)

Escala	Menos de 50% probablemente no pertenece	51-75% probablemente si pertenece	76-100% si pertenece	Observaciones
<b>Características</b>				
1. ¿Qué los llevó a considerar sólo Facebook y Twitter como plataformas para expandir el documental interactivo <i>LRO</i> ?			X	
2. ¿Qué expectativas tuvieron del público al lanzar un documental web como el de <i>Las rutas del Oro</i> ?		X		No se entiende bien.
3. ¿El contenido que el público generó en torno al web doc <i>LRO</i> fue el que uds. esperaban?			X	
4. ¿Cuál es el mayor aporte que ha generado el usuario en razón a su participación con el documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	
<b>Principios</b>				
5. ¿Consideras que las plataformas utilizadas por el público cubrieron las expectativas de la producción?			X	
6. ¿Cuál consideran la razón para que el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> no haya viralizado su contenido?		X		
7. Desde tu punto de vista, ¿cuál cree es el aporte diferencial que la versión interactiva del web doc presenta frente a la versión estándar del documental lineal?			X	
8. ¿Qué tipo de experiencias ofrece a sus usuarios el web doc <i>LRO</i> para conocer más a los personajes protagonistas del documental?			X	

9. ¿Hay alguna experiencia narrativa que permita explorar la multiplicación de los mensajes por parte del público?			X	
10. ¿Debido a qué es que consideran sólo dos plataformas de comunicación para difundir el web doc <i>LRO</i> ?			X	
11. ¿Estimas que algo faltó para mantener en vigencia en el tiempo al web doc <i>LRO</i> ?			X	
<b>Tipología</b>				
12. ¿Cómo fue el planeamiento estratégico para hacer de esta investigación un documental interactivo?			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:** (Documental Web)

Items	Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Características del Web Doc</b>					
13. ¿En qué medida considera que la plataforma del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> reúne todos los componentes audiovisuales que deben satisfacer al usuario?				X	
14. ¿De qué manera se establece el diseño y uso de los hipertextos en función de la facilidad para los usuarios dentro del web doc?				X	
15. ¿Cómo calificaría el diseño de interactividad que presenta en su plataforma el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> , respecto de los usuarios?				X	
<b>Fases de la Producción</b>					
16. ¿Qué consideraciones tuvo el planeamiento del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> para su realización como un producto transmediático?				X	
17. ¿De qué manera se aprueban los elementos y estructuras del diseño del web doc <i>Las rutas del Oro</i> antes de ser puesto en una multiplataforma al servicio del usuario?				X	
18. Desde su lanzamiento en el 2015, ¿qué tipo de problemas se han presentado respecto al uso de la plataforma del documental interactivo <i>LRO</i> ?				X	
<b>Participación de las Audiencias</b>					
19. ¿A qué tipo de público en específico se dirige este web doc?				X	



20. ¿El documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> invita al usuario a tener una participación selectiva, transformativa o constructiva en su interacción?			X	
21. ¿Se ha extendido a través de otras redes que no contemplaron algún mensaje sobre el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%

### 1.8 Aspecto global del instrumento

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con el lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** ..... % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

( X ) El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto informante

DNI Nº 42364679

Teléfono Nº 982016296

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### DATOS GENERALES:

- 1.9 Apellidos y nombres del validador: Gerardo Karbaum Padilla
- 1.10 Grado académico: Magister
- 1.11 Institución donde labora: Universidad San Martín de Porres
- 1.12 Calidad del validador: Docente - investigador
- 1.13 Título de la investigación: “ANÁLISIS DE LA NARRATIVA  
TRANSMEDIA EN EL DOCUMENTAL WEB:  
*LAS RUTAS DEL ORO, 2015*”
- 1.14 Autor del instrumento: Henry Hernán Alfaro Romaña
- 1.15 Instrumento: Entrevista a profundidad – Cuestionario.

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: (Narrativa Transmedia)

Escala	Menos de 50% probablemente no pertenece	51-75% probablemente sí pertenece	76-100% sí pertenece	Observaciones
<b>Características</b>				
1. ¿Qué los llevó a considerar sólo Facebook y Twitter como plataformas para expandir el documental interactivo <i>LRO</i> ?			X	
2. ¿Qué expectativas tuvieron del público al lanzar un documental web como el de Las rutas del Oro?		X		
3. ¿El contenido que el público generó en torno al web doc <i>LRO</i> fue el que uds. esperaban?		X		
4. ¿Cuál es el mayor aporte que ha generado el usuario en razón a su participación con el documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	
<b>Principios</b>				
5. ¿Consideras que las plataformas utilizadas por el público cubrieron las expectativas de la producción?			X	
6. ¿Cuál consideran la razón para que el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> no haya viralizado su contenido?			X	
7. Desde tu punto de vista, ¿cuál cree es el aporte diferencial que la versión interactiva del web doc presenta frente a la versión estándar del documental lineal?			X	

8. ¿Qué tipo de experiencias ofrece a sus usuarios el web doc LRO para conocer más a los personajes protagonistas del documental?		X		
9. ¿Hay alguna experiencia narrativa que permita explorar la multiplicación de los mensajes por parte del público?			X	
10. ¿Debido a qué es que consideran sólo dos plataformas de comunicación para difundir el web doc LRO?		X		
11. ¿Estimas que algo faltó para mantener en vigencia en el tiempo al web doc LRO?			X	
<b>Tipología</b>				
12. ¿Cómo fue el planeamiento estratégico para hacer de esta investigación un documental interactivo?			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%

Items	Escala	Menos de 50% probablemente <b>no</b> pertenece	51-75% probablemente <b>si</b> pertenece	76-100% <b>si</b> pertenece	Observaciones
<b>Características del Web Doc</b>					
13. ¿En qué medida considera que la plataforma del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> reúne todos los componentes audiovisuales que deben satisfacer al usuario?				X	
14. ¿De qué manera se establece el diseño y uso de los hipertextos en función de la facilidad para los usuarios dentro del web doc?		X			
15. ¿Cómo calificaría el diseño de interactividad que presenta en su plataforma el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> , respecto de los usuarios?				X	
<b>Fases de la Producción</b>					
16. ¿Qué consideraciones tuvo el planeamiento del documental web <i>Las Rutas del Oro</i> para su realización como un producto transmediático?				X	
17. ¿De qué manera se aprueban los elementos y estructuras del diseño del web doc <i>Las rutas del Oro</i> antes de ser puesto en una multiplataforma al servicio del usuario?				X	
18. Desde su lanzamiento en el 2015, ¿qué tipo de problemas se han presentado respecto al uso de la plataforma del documental interactivo LRO?				X	
<b>Participación de las Audiencias</b>					
19. ¿A qué tipo de público en específico se dirige este web doc?		X			

20. ¿El documental interactivo <i>Las Rutas del Oro</i> invita al usuario a tener una participación selectiva, transformativa o constructiva en su interacción?		X		
21. ¿Se ha extendido a través de otras redes que no contemplaron algún mensaje sobre el web doc <i>Las Rutas del Oro</i> ?			X	

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:** (Documental Web)

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%

## 1.16 Aspecto global del instrumento

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61- 80%	Excelente 81-100%
10. CLARIDAD	Está formulado con el lenguaje apropiado y específico.					X
11. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
12. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
13. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
14. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
15. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X
16. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
17. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
18. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** ..... % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

( ) El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

---

Firma del experto informante

DNI N° 10085676

Teléfono N° 951714566

<b>FICHA GUÍA DE OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DEL WEB DOC</b>			
TÍTULO	DOCUMENTAL WEB LAS RUTAS DEL ORO, 2015		
PRODUCTORA	SPDA, UICN, Ojo Público y Racontr		
NARRATIVA TRANSMEDIA			
Características	Relato contado por varios medios		Participación del público
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Web doc</li> <li>○ Blog</li> <li>○ Facebook</li> <li>○ Twitter</li> <li>○ Libros</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El Documental interactivo tiene los enlaces para vincularse con Facebook y Twitter.</li> <li>○ La página de facebook presenta varios 'Likes' y breves comentarios..</li> </ul>
Principios	Expansión vs Profundidad	Continuidad vs Multiplicidad	Serialidad
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ofrece dos redes sociales para diversificar los contenidos (Facebook y Twitter).</li> <li>○ Las empresas colaboradoras de la producción tienen en sus páginas enlaces e información sobre el Documental.</li> <li>○ El sector minero promovió el documental en su momento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ A través de la página de Facebook se ha propuesto mantener al paso de los años algún logro obtenido del Web Doc.</li> <li>○ No obstante, no se ha logrado extender historias sobre alguno de los personajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Además de la página principal, sólo se observan pequeñas publicaciones en Facebook de los productores del web doc.</li> <li>○ Pequeñas expresiones de los usuarios a través de la misma red social (Facebook).</li> </ul>
Tipología	Táctica		Estratégica
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El web doc está pensado para un proceso interactivo.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tiene un diseño para navegar de manera aleatoria.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Presenta enlaces a redes como Facebook y Twitter para compartir contenidos.</li> <li>○ Puede verse todo o partes del contenido y seguir navegando dentro del web doc.</li> </ul>	
<b>DOCUMENTAL WEB</b>			
<b>Características del Periodismo Digital</b>	<b>Multimedialidad</b>	<b>Hipertextualidad</b>	<b>Interactividad</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Textos de las preguntas a los personajes.</li> <li>○ Videos de los entrevistados.</li> <li>○ Videos de las zonas exploradas.</li> <li>○ Gráficos de la zona de viaje.</li> <li>○ Fotografías del avance progresivo del viaje.</li> <li>○ Audios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Enlaces a detalles del contenido de investigación (entrevistas, declaraciones ocultas).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cada segmento presenta enlaces progresivos con nueva información sobre el tema.</li> <li>○ Enlaces a preguntas específicas o alternativa para saltar contenidos.</li> <li>○ El usuario tiene la opción de navegar de manera aleatoria a través del web doc,</li> <li>○ Permite enlazarse a dos redes sociales (Facebook, Twitter).</li> </ul>



Fases de Producción	Planeamiento	Desarrollo y lanzamiento	Gestión y mantenimiento
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Elección de idioma (español/inglés)</li> <li>○ Considera una guía de presentación.</li> <li>○ Enlaces interactivos.</li> <li>○ Glosario.</li> <li>○ Botones de reproducción, pausa, avance y retroceso.</li> <li>○ Mapas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Investigación periodística a cargo de Ojo Público.</li> <li>○ A cargo de la Asociación Peruana de Derecho ambiental (SPDA) y puesta al servicio público en agosto de 2015.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ La empresa francesa Racontr se hace cargo del mantenimiento de la plataforma web y la interactividad de los usuarios.</li> </ul>
Participación de las audiencias	Particip. Selectiva	Particip. Transformativa	Particip. Constructiva
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se puede elegir el idioma.</li> <li>○ Se puede seleccionar la forma de navegar por el web doc.</li> <li>○ Presenta enlaces a dos redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No presenta en el desarrollo del diseño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No presenta en el desarrollo del diseño.</li> </ul>

## Ficha de participantes en el Focus Group

N	Nombre	Edad	Ciclo	
1	Eunice Ibarra	25	VIII	
2	Alonzo Abanto	22	VIII	
3	Guillermo Delgado	25	VIII	
4	Sofía Salas	26	IX	
5	Lucero Ferrer	21	VIII	
6	Carlos Calle V.	21	VIII	
7	Jorge Basurto	28	X	
8	Alen Niño R.	28	Egresada	
9	Adriana Contreras C.	21	IX	
10	Vannia Valverde Y.	21	VIII	
11	Diana Pérez C.	20	VIII	
12	Diana Chirinos D	20	VIII	

Los focus group se realizaron en 3 fechas según la disponibilidad de los participantes.

### Primer Focus Group – LRO (10/08/21)

¿Cuál es el mayor aporte que genera un video documental como el de las rutas del Oro?

Alonso: Yo diría que tiene una rica información en todo lo que es el litoral de la selva, Especialmente el que aborda entre países como Perú y Ecuador, Pero creo que debería también enfocarse en la parte de quizás más fotos o un poquito más de referencias En cuanto a cuál es la verdadera problemática. Me gustaría que haya más videos sobre lo que en verdad suceden en el lugar donde se centra ese problema mejor dicho. Y que yo sepa en Loreto también hay una hay una gran, es el centro de todo este problema que viene refiriéndose a los árboles, las sociedades que viven ahí, los pueblos indígenas, entre otros.

Eunice: Creo que muy aparte de que el trabajo en sí está muy bien hecho, yo creo que deja un mensaje bien grande como para ingresar a la juventud, a los jóvenes que son mucho más rápidos en tiempo, Queremos algo más rápido, algo que no se enganche y esta página web es eso. Creo que en un video de un minuto o 35 segundos te engancha y te hace buscar muchas más cosas, información. Te hace investigar indirectamente porque da la información en la

página y yo desconocía, entonces de ahí buscaba información y como que empalmaba y entendía. Entonces estamos buscando una producción donde venga a enganchar a jóvenes de 18 a 25 años es muy buena es una página que te va ayudar a entender la información mucho más rápido entonces No necesariamente tienes que leer como 20 o 30 libros Para entender lo que está pasando en el Perú qué es la minería ilegal, y de ahí desglosa muchos subtemas qué es lo que está pasando en el lugar.

Guillermo: La forma de narrativa y lenguaje audiovisual que presenta esta web si bien éste ya tiene sus años tiene ya unos años pero acá no es tan conocido que digamos. Yo creo que esa es una forma de poder captar al público, sobre todo de un rango de 20 años a más, porque los testimonios del documental, las imágenes de apoyo, el tema en sí te ayuda no solamente a saber más de eso sino te ayuda también como una sociedad, a poder cambiar eso, a poder que en general todos puedan tomar conciencia de lo que está ocurriendo prácticamente en nuestras narices y no lo vemos y hacerlo con un tiempo prudente, no como un documental aburrido que hace más de 40 minutos hora y media y solamente hablan y hablan, Esto es corto, preciso y es interactivo. para nuestra generación en general, muy bueno.

Sofía: Siento que es un trabajo, un aporte bastante significativo por el tipo de tema que presenta al exhibir la realidad que se vive día a día en las fronteras de nuestro país. Creo que es una forma muy particular el hecho de poder presentar los testimonios de diferentes personajes que se dedican a este tipo de actividad o que están en contacto con aquellos que realizan este tipo de labor.

*¿Qué nos puedes decir sobre los hiperenlaces del documental interactivo?*

Alonso: El tema y todo lo que muestra es asombroso porque ya viendo desde los iconos que nos muestra las fotos, la geografía, los lugares, el glosario es lo que más me llamó la atención a mí, había unos términos palabras como Chichiquero que no conocía yo y eso es totalmente bueno y creo que siempre lo recomiendan en poner en las páginas que haya siempre un glosario porque muchas personas como yo no sabíamos de eso y tiene un también icono de noticias que te lleva otro otros temas que ya te ilustra. Así que para mí esto ya es muy bueno, muy interesante y me gusta porque ya está todo segmentado entonces la información es digerible.

Sofía: Es uno de los aspectos bastante bien implementados que tienen la página web. No hay lugar alguno donde uno no tenga la posibilidad de avanzar, de enlazarse, de vincularse a otra página o con otro personaje o segmento de la historia. Creo que pensaron bastante al momento de implementar la página de esta manera.

*¿Cuáles son los atractivos que muestra la interactividad de este web doc?*

Eunice: Creo que te da la oportunidad de elegir y eso ya es un punto ganado, como digo no, la simplicidad a veces en hacer algo es mucho más grande en este caso el simple hecho de poder elegir, embarcarme en Perú o Bolivia y poder conocer un poco más de Ecuador o de Colombia, te da esa opción de poder elegir qué quieres consumir en ese mismo instante, yo lo relacionó parece como un juego. Tú tienes diferentes tipos de opciones y es algo que te vuelve como en lo virtual, ingresas ahí y es como que tú estuvieses compartiendo con las personas, te hace mucho más cercano a lo que está pasando.

Guillermo: Me parece bastante interesante y sobre todo llamativo. Muchos dicen bueno el color negro es un color muerto pero me parece que ayuda a concentrarte bien a visualizar bien los iconos y eso es como que de una u otra manera vez bien con que va de la mano esta web, veo que dice con alianza, fundaciones y saber qué cosa es esto no, y eso te lleva investigar más, de qué se trata esta fundación, cuál es el objetivo y así te vas empapando más el tema y vas aprendiendo más cosas sobre todo el problema principal como que ya puedes ver nuevos temas, puedes ver cosas que están ocurriendo no solamente en la Amazonía sino también en otros temas que están atentando no solamente a la sociedad sino al medio ambiente, y esta fundación como que te puede ayudar a sacar muchas de dudas te dan bastante información y el internet es bien grande, ahí hay bastante información para que la puedas apreciar y yo creo que el color te determina a enfocarte en algunas cosas importantes que no se habían percibido.

Un punto adicional es que no tiene contaminación visual: anuncios, y eso es muy bueno también.

Alonso: Personalmente desde ver las rutas del Oro ya llama la atención y si llegas a entrar aquí ya te das cuenta de otra perspectiva y es muy interesante, llamativo también porque así como dijo Eunice es como si fuera un juego y es más, te da la opción también de entrar sin registrarte, creo y hay gente bueno eso ya sería ganar tiempo, lo cual la gente cuando te piden que te registres en una página siempre se termina saliendo, pero en este caso es una opción muy viable y entro de frente y puedes darlo todo sin querer, sin que te pida que primero te registres. Yo creo que ese es un punto más. Segundo, el mapa, donde conoces la ubicación más allá de las entrevistas que te pones temas y ahí tú puedes elegirlos. Ya te hace tener un panorama más abierto, conozcas o no lo que pasa en la frontera y en la misma selva terminar.

Sofía: desde el momento En qué se inicia el recorrido a través de la página que contiene el web documental, siempre hay una posibilidad de poder hacer clic en las diferentes opciones que permiten hacer un recorrido por la página y conocer diferentes historias por todos los personajes que presentan a medida que uno va avanzando en el documental.

¿Consideran que usan los canales suficientes para multiplicar el mensaje?

Eunice: En mi caso no llegué a compartir eso, pero me hubiese gustado la opción de Instagram, no sé por qué no poner esa red social ahí. En mi caso yo suelo usar mucho más Instagram porque es mucho más imágenes, mucho más video, mucho más corto, es mucho más visual. Entonces sí me llamó mucho la atención esa página que es mucho más interactiva donde hay muchas imágenes, entonces por qué no utilizar esa red social?.

Guillermo: no he tenido la oportunidad de ingresar pero me parece importante que tenga Twitter porque Twitter es una de las redes sociales más usadas como el Instagram que está un poquito arriba pero yo creo que tiene más acogida a un público específico. Yo creo que se puede llegar bien a ese target. Me parece que es inmediato la información, va actualizándose continuamente. Yo veo que para enterarse de las noticias lo más rápido es en Twitter.

Alonso: Yo sí entré a todos los enlaces y en el icono de Facebook me solicitaba que entre con mi cuenta pero decía que estaba en modo de desarrollo y solicitaba permiso del administrador. Creo que ahí debe haber algo que se está desarrollando todavía. A Twitter también pude entrar para de frente compartir la página de las rutas de oro y eso estaba bien creí que tenía su propio Twitter la página, pero me llevó de frente a compartirlo en mi propio perfil. Por lo otro, Instagram sí debería ser para mí también primordial porque creo que ahorita es la red más popular que todos los chicos, la juventud usa. Eso daría opción de que el público participe más y no tener limitado sólo dos redes que no funcionan del todo bien para los objetivos que se proponen.

Sofía: Por el año en el que fue lanzado considero que las páginas que tienen utilidad son las páginas que en esa época eran las más recurrentes para un público que utilizaba alguna forma de poder compartir mensajes a través del internet. No creo que haya otra razón para pensar porque un producto como esté solo utilizó Facebook y Twitter y encima no usarlo de la manera más adecuada para poder dar a conocer su mensaje.

*¿Cuáles son los principales problemas que han encontrado al navegar en la página?*

Eunice: Cuando he intentado ingresar a alguna entrevista el video que se da como introducción se demora mucho, entonces decidí pasar a otro. Eso sólo podría notar como una observación a él, no sé si será mío o de repente el Internet, pero otra cosa es el tema de darle las opciones para pasarte a otro me parece genial porque de repente si ves que ya tuviste la información necesaria y ya no quieres continuar y quieres conocer un poquito más, Está bien dar esas opciones para enlazarte con algo más.

Guillermo: Una cosa que incomodaba un poquito era la repetición del ambiental del aeropuerto. Me pareció genial pero como que repita el ambiental a cada rato como que se hace

un poquito fastidioso pero de ahí las opciones que me da para poder desplazarme a otros tipo información me parece que está correcto en razón al público que se dirige.

Alonso: Lo mismo con las opciones del video introductorio y con el ambiental que era muy fuerte el inicio y demoraba un poco para quitarlo, te tomas un poquito de tiempo para buscar dónde está para poner pausar, algo así, y el otro cuando ya entras a la página creí que en el mapa de la ubicación que me muestra de Ecuador y de Perú, creí que era como Maps, que podría seleccionar y agrandar el mapa y puedes ver imágenes reales, pero no.

Sofía: Hay algunos enlaces que no permite Mostrar la información que uno como usuario está esperando, por los enlaces de algunas noticias sobre el mismo tema. Lo otro es que la página de Twitter no me lleva a usuario del producto sino a mi cuenta personal. Y si no tuviese cuenta personal qué es lo que pasaría?. Un problema que consideró importante es que al momento de registrarse para empezar a navegar los enlaces para las cuentas de Facebook presentan problemas, por lo que si es una alternativa del hecho de Navegar en la página pero como usuario libre.

*¿Consideran que una página como las rutas del oro debió ser concebida para que todo tipo de público pueda acceder a este tipo de contenido?*

Eunice: yo creo que un producto así se tiene que viralizar. Muchas veces los jóvenes escaseamos de información porque no tenemos esas herramientas y creo que un producto así si se debe sacar a la luz para que la gente se concientice porque es un tema real que está pasando mientras sostenemos esta entrevista. Entonces es bueno que la juventud, adultos, o personas mayores conozcan la realidad que está ocurriendo en el país y utilizar las herramientas que tenemos ahora de la mano. Todo este tipo de redes sociales son buenas, generar el contenido exacto para cada red social y se podría alcanzar de manera masiva a diferentes tipos de personas y si va a enganchar.

Guillermo: Como lo había comentado es un tema de interés público, nos concierne a todos realmente pero lamentablemente como es una noticia que no te puede vender tanto como otras, no se difunden adecuadamente o nadie tiene el interés de hacerlo porque no es rentable, pero parece que yo creo que si se plasma en cada red social adecuadamente, me parece que en Twitter se puede hacer hilos que más o menos te vayan explicando también si es que no has entrado a la página, entras a Twitter y te aparece esa información te llame la atención, mediante hilos te puede ir explicando paso por paso y sobre todo yo creo que va contarle que tome bastante importancia a una generación realmente de 20 años a un poquito más, un gran porcentaje de la población que ya tienes ganado y siempre va a estar inmerso en la información.

Sofía: Por la importancia del contenido podría decir que sí porque es un tema que le atañe a todos los peruanos el saber lo que sucede con este mineral tan valioso en las fronteras de nuestro país. sin embargo entiendo qué no a todos les interesa un tema como este y que siempre van a ver determinados tipos de público que sean mucho más comprometidos con una actividad cómo está. Las personas con habilidades para entender este tipo de productos audiovisuales son los más jóvenes, incluso muy tranquilamente podrían Navegar al interior de una página como la de las rutas del Oro.

Alonso: Simplemente es un tema para explotar y también como yo soy un chico de ciudad que no conoce mucho lo que suceda en la Amazonía y en esa parte del país como en las fronteras, es algo que me incomoda porque deberíamos conocerlos todos pero ahora con este proyecto es como que te hable un poco más la mente te hace conocer la realidad de lo que sucede y puedes informarte de mucho más y este tema también puede expandirse obviamente como lo dice mi compañero por diversos medios digitales no solamente hay que remitirse por televisión porque ven que porque pasa ahí ya tiene un tipo de diferencia porque todo mundo lo ve pero no ya actualmente no es tanto así, Ahora la gente puede compartir diversos temas y tiene una gran visualización por las personas que lo comparten y ven. Esto tiene mucho futuro para crecer todavía y yo creo que como ya es algo que se inició y se sigue y se sigue trabajando va a ser algo muy grande y obviamente va a dejar muy en alto este nombre de la página..

*¿Qué piensan sobre la posibilidad de expandir, multiplicar o serializar el mensaje del video documental?*

Eunice: Yo creo que no se presentó este proyecto como a largo plazo. De repente se concentró por el tema de proyecto o no vieron la gran magnitud e importancia que iba a tener y que si ahora de repente lo retoman o lo vuelven a continuar y es un proyecto que va a dar muchas luces de qué es lo que está pasando y de repente actualizar la información y generar nuevas reacciones porque hoy en día utilizan su celular, pueden grabar, ponerlo en la página, es como que te impacta un poco más, colocarlo y subirlo a redes sociales. Yo creo que no pensaron en el impacto que iba a tener esta página en sí, por eso solo utilizaron facebook y Twitter y no pensaron en otras vías para expandir más esa idea que llevaban.

Guillermo: Es un tema yo creo que hay que tomarlo con pinzas porque te abre no solamente a un tema sino a varios temas que están pasando realmente en la región. Me parece que si hubiera sido 5 años antes y teniendo en cuenta la tendencia que en ese entonces, 2013 2012 se tenía de la globalización por medio de las redes sociales iba a ser un boom, yo creo que desde ese momento ya debieron haberse puesto las pilas para poder tomar el tema de una mejor manera y plasmarlo bien, de modo que esto se pueda multiplicar, cada punto que tiene, para que la gente diga relaciono esto y es solamente medio ambiente, sino que hay más cosas que también afecta al medio ambiente, afecta a la sociedad, para que todos tengan conciencia que nos están dañando como una sociedad y no nos estamos dando cuenta y si hubiera sido unos años antes teniendo en cuenta el boom de las redes sociales, yo creo que ya hubiera tenido una importancia mucho más grande de lo que ya se le está dando ahorita, no.

Alonso: Teniendo en cuenta la facilidad del internet que hoy en día existe, ahora sería un proyectazo de verdad, pero no fue visto para que se pueda mantener en el tiempo aunque yo pienso que debe seguirse trabajando, porque así como este vienen surgiendo otros pero son pocos para la lo que la demanda es. Y yo creo que tiene mucho futuro.

Sofía: Por lo que se puede apreciar Este es un material elaborado, siento yo, más para poder conocer en profundidad por los testimonios que se encuentran, la situación de las personas, de las localidades, que son testigos diarios de esta actividad. No creo que esté documental interactivo haya sido pensado en qué puede hacer un material expandido por el usuario que llega a la página. Es cierto que tiene otras formas de darse a conocer como producto transmedia, Sin embargo, no creo se haya pensado en qué puede hacer multiplicado a través de otras vías o redes sociales.

*¿A qué tipo de público piensan se dirigió este tipo de documental?*

Eunice: a un Grupo de personas mas adultas pero también darle la facilidad a esas personas mas adultas de poderse interesar en este producto. Yo creo que el reto fue introducir a las personas adultas en este medio en el que ya se estaba sumergiendo o darle luces de lo que iba a venir en la época de la globalización. 28 a 35 años

Guillermo: Creo que va dirigido a un promedio entre 30,35 años

Sofía: Pienso que de 35 años para arriba.

Alonso: Yo digo que está dirigido a un grupo de edad de 30 a 40 años porque con todo lo que incluye y para el año que justamente estaba prendida esta página éste no era obviamente para un público joven tenía está enfocado a un grupo que son un sector profesional que tenga que ver mucho con el medio ambiente o para ciertas empresas.

## **Segundo Focus Group - LRO (16/08/21)**

*¿Antes de esta experiencia han visto un documental interactivo?*

Adriana: en mi caso no. Ninguno. Es la primera vez que. Lo vi y dije: que paja! que divertido me parece esta página web porque eran videitos cuando normalmente sólo es leer, leer y leer. Este sentía que interactuaba conmigo porque yo decidía por dónde quería ir.

Vania: En mi caso al igual que Adriana, es la primera vez y me di cuenta que es a través de wordpress. Antes habíamos trabajado con wordpress en otros ciclos pero no tanto a esa interactividad que nos da hacer clic y nos manda a otro enlace y todo es por videos, no es aburrido porque el tema es interesante, es lo que pasa con el oro y tanto te lleva a más casos, a las entrevistas que brinda, a los pobladores mismos, tanto como a la educación que brindan allá, esté la gente que viaja de Cusco a tal lugar y si me parece muy interesante la página en sí.

Diana: por mi parte yo sí he visto documentales interactivos de esa manera. Creo que El Comercio si no me confundo es el que presenta ese tipo de interacción. Justo lo hicieron en la etapa del covid donde lanzaron sobre la situación y si he tenido la oportunidad de poder interactuar con estos sitios web.

Diana: Yo me he encontrado con páginas que tienes opción de ahondar por medio de videos pero nunca la profundidad de este documental web que si veríamos en la televisión sigue una línea, pero a ese nivel de profundidad de investigación y conexión con el usuario, no. Es la primera vez.

*¿A qué tipo de público consideran está dirigido este producto audiovisual?*

Adriana: En realidad yo estaba viéndolo y en se apareció mi mamá y en eso se quedó mirándolo y como que le parecía interesante. Yo siento que las personas como mi mamá que tiene más o menos 40, 50 años si les va a interesar esto porque obviamente sienten que es un poco más evolucionado a lo que ellos veían normalmente cuando a veces entran a una página web. Así que siento que a esa edad también les gustaría.

Vannia: Al igual que mi compañera Adriana siento lo mismo de ese rango de edad pero también tomaría por el tema de interés y también la de interactividad de la página a un rango de edad como de colegio de secundaria 15, 17 años, porque es un tema relacionado al medio ambiente y sus temas se puede tocar muy bien en el colegio.

Diana: Yo concuerdo mucho con Vania porque ya que lo mencionas así Adriana, el documental que es interactivo permite también el rango perdido desde 3ro de secundaria.

Diana: yo reuniría esos dos rangos de edad que son las personas adultas mayores y los jóvenes estudiantes por el centro de interés del documental en sí y por la fascinación en el rango mayor por interactuar de una manera más sencilla con un documental y que parezca entretenido y no tan difícil de llevar.

*¿Qué impresión te causa la presentación inicial de la página del web doc LRO?*

Diana: No he podido ver ese tipo de interacción, O sea no he visto los videos de la presentación de la página como tal sino para mí sólo me sale las rutas del Oro, más una intro de lo que trata y las alianzas que se han dado para poder hacer este documental posible, sin embargo para mí muy poco práctico en ese sentido. Me parece interesante la idea en cómo han querido presentarlo, más no creo que sea tan práctico para un celular y considero realmente que una página interactiva debería darse también en esa plataforma no, debería funcionar porque ahora actualmente creo que los jóvenes que son las personas que consumimos eso es nuestro medio de investigación en muchos casos porque es lo más rápido que conseguimos. Para mí la practicidad no es lo que me atrae apenas veo la página, sino que tienes que tal vez interactuar tienes que estar buscando la manera en cómo puedo sacar la información. Para mi no ha sido práctica como tal.

Diana: Bueno para mi fue inesperado porque cuando me contó usted de la experiencia que era un documental web imaginé más una página de entrada con muchas noticias a las que yo podía darle clic entonces vi una página en negro que me llevo un video que este video me llevó

a una como se dice el centro de un aeropuerto y me pareció curioso más que fascinante otra cosa me pareció curioso la forma en la que va llevando la página web a través de el documental en sí.

Vania: Al igual que Adriana también me imaginé notas, imagen, pero al momento de abrir y que apareció el vídeo pero también daba la opción de omitir el vídeo, pero yo dije quiero ver el vídeo, este obviamente se me vino a la mente minería ilegal por la imagen, el verde y al costado lo clásico de ver esas cosas marrones así y ya cuando me llevó al aeropuerto, asu q locazo, donde voy a Perú o Ecuador? De ahí quería regresar pero como me llevó para otros lados para las entrevistas ya me quedé enganchada.

Adriana: en mi caso yo entré al link y no me salió de frente eso, me salió el nombre y me salía que tenía que registrarme para poder recién entrar a la página y en el hecho de registrarme quería entrar por Facebook y me salía que no se podía, dije bueno, vamos a intentar como invitado y recién como invitado fue que me salió si podría decir todo el video y yo lo vi y dije ay qué interesante son videos porque también tenía en la cabeza de que iban a ser pura y hacer leer leer y leer bastante realidad y una imagen pero no sé me imagino por nada del mundo que iban hacer videos y más que yo iba a decidir por dónde iba a ir y él también estar o sea tú ves la pantallita y tú sientes que te estás en el avioncito viendo abajo la selva eso me parece bonito.

*¿Cómo es la interactividad al interior del web doc?*

Diana: En primera instancia encontré sólo un hiperenlace que era el que me llevaba al blog de la misma página pero después todo se manejaba dentro de, no había o algo que te lleve a enlaces exteriores, todo era dentro de la página de las rutas del oro. Entonces eso sí me pareció que podría llevarse por otro lado el enviarte a páginas con más información pero después adentrarte a las noticias a las páginas, fotografías, me pareció interesante. Algo que sí podría notar es que por ejemplo hay un menú dónde están todas estas opciones y cuando entras a la sección de noticias como tal no hay cómo acceder a ellas porque la publicidad ahí es invasiva, entonces no me dejó presionar ninguno, pero después todo creo que fue bastante bien, bastante fácil de navegar.

Adriana: yo intenté entrar a los links y me salía en despegar, me salía en claro, totalmente otra cosa y qué raro no creo que éstas sean las noticias pero ahora que me lo explica ya entiendo un poco mejor. De ahí me gustó mucho que te salía una entrevista y que yo decidía qué respuesta iba a contestar la persona de la entrevista. Eso me parecía demasiado interesante porque obviamente hay preguntas que no son del interés mientras hay otras que sí son del interés y pues de frente apretarle a preguntas que sí son de interés. También me parecía interesante de que puedo regresar o hacerlo más rápido, una velocidad más rápida, eso también me parecía interesante.

Vania: por mi lado, me gustó la parte de las entrevistas porque no es una entrevista larga. Tú puedes escoger las preguntas y de frente te manda la respuesta. También te da la opción de terminar la entrevista a los otros, si quiero escuchar le das clic a una pregunta y escuchar las respuestas y listo. Pero por otro lado yo quise entrar a página de Facebook por el hashtag y ese sí es el problema porque no me dejó entrar a Facebook. Medicrit y no habría la página. En Twitter si pude entrar.

Diana: Algo que me llamó la atención es que te permitía los enlaces poder descargar en PDF un libro sobre la minería ilegal en los cinco países en América, algo así era. Me parece interesante que te den oportunidad de poder descargar un libro de manera bien fácil.

Adriana: Yo sí pude usar el Twitter y aunque no me salía la página si me salía la página de mi perfil para que yo ponga que estaba leyendo eso.

17:30

*¿Estos temas deberían ser canalizados a través de este formato?*

Diana: Es una opción muchísima más interesante y muchísima más divertida de aprender un tema, de adentrarse y de sentir que tú mismo estás investigando porque este formato de tu



intervenir en el relato de la historia es muchísimo más satisfactorio para ti como usuario que sólo sentarte y decir bueno quiero ver un documental a ver qué es lo que encuentro.

Vania: Ami también me parece que sí es un medio que se puede presentar porque así como lo mencioné antes, buscar en información de por sí o encontrar este tipo de temas que son un poco pesados, uno lo ve de manera aburrido y sólo lectura lectura lectura lectura, en cambio estas páginas te permiten que tú puedas interactuar y ver la información de otra manera. Creo que de por sí se te queda más por cómo lo aprendes.

Diana: si al igual que mis compañeras creo que si, abarca varios temas: política, cultura, ambiente y que no sea aburrido de leer o sea eso se puede llevar como que a noticias también puedo poner un ejemplo del caso que está pasando ahorita en Afganistán poner hacer un algo parecido pero de cómo se inició todo para poder entender lo que ahorita se está viviendo en ese país, qué está pasando, por ese lado lo llevo yo.

Adriana: a mí me pareció interesante y que puede ser para muchos otros temas como por ejemplo el terrorismo. En lo particular a mí más me gusta ver videos que leer. Así que me parece más interesante y sé que me va a quedar más información de lo que he visto en los vídeos de la página que si lo leo en otra página. Se me va a pegar mucho más toda la información.

¿Con las características que han visto de este web documental, piensan que el mismo podría ser un producto transmedial?

¿Consideran que un producto como éste se hubiese posicionado de mejor manera utilizando otras redes además de las que ya propone este web documental?

Adriana: Yo siento que sí, que alguno de sus videos pueden estar en las plataformas de Youtube por ser videos, y hoy en día también se usa mucho el Tik Tok y también bueno, eso llega muy rápido a todas las personas. Sí quisieran podría replantear sus objetivos y hacer que estos contenidos trascienda en otros medios o plataformas.

Diana: Yo creo que por el tema que es, está bien planteado las plataformas de Twitter y Facebook.

Diana: Creo que le faltó decir a Adriana Instagram, la plataforma que cuenta con muchísimo más cantidad de video, está destinado también para esa plataforma y que alcanzaría y tendría tal vez el mismo impacto porque son videos muy cortos que aparecen en el documental. Así que encontrarte con uno y que te lleve a la página web en sí, no creo que sea difícil.

Vania: Mas bien yo pondría Instagram y Twitter por tener la facilidad de poder hacer hilos y generar la compartir la misma historia, que sigan, voy a la siguiente y más que todo Instagram por los videos, porque creo que estos vídeos pueden plasmarse a esta plataforma. Pero lo que sí no creo es que desde su nacimiento se haya pensado en que pudiese ser un producto que trascienda.

*¿A qué tipo de público fue dirigido este documental web en el 2015?*

Diana: Pero yo no me imagino particularmente a generaciones de nuestra edad de hace 6 años estar interesados como ahora en temas políticos y sociales. Entonces no siento que ha ya sido ni para gente universitaria ni para estudiantes, me imagino más a personas abocadas a temas como la minería o personas simplemente que leen noticias, entre unos 30 a 50 años.

Adriana: en mi caso yo también me imaginé a personas mayores que les interesa el tema de la naturaleza o cuidar tu ambiente o cómo viven en otras partes del país porque, no sé, antes la comunicación no era muy buena simplemente sabías que ocurría en Lima, pero con este vídeo puedes enterarte cómo es la minería ilegal en otros países y hasta en el centro de tu país. Así que siento que sería también para personas como dijo Diana 30, 40, 50 años.

Vania: yo le pondría para egresados de la universidad, 25 o 24 hasta los 30, 35 ya que más que todos los egresados, por qué lo pueden usar como una fuente información y a los adultos

también que están más apegados a las noticias y no son como nosotros que nos enteramos por nuestro celular, por otras redes sociales en esos tiempos, más se consumía el periódico entonces, también la televisión.

*¿Creen ustedes que hace 6 años estas personas que 30. 40 o tal vez 50 hubiesen entendido este producto audiovisual en una computadora?*

Diana: bueno, supongo que fue una innovación.

Vania: Yo diría que no porque al igual en esas épocas no todas las personas que ahora son mayores de edad usaban la tecnología como ahora. Podría decir que a mis padres les cuesta como que recién se están involucrando en la tecnología dentro del celular. Hasta ahora en la laptop para entrar a una página web, cómo tengo que hacer, acá me sale esto, Vania ven, piden ayuda, entonces hubiese sido demasiado difícil hacerlo.

Diana: Si bien es cierto que hay cierto nivel de facilidad en la interactividad, yo misma me detuvo un poco pensar cómo uso los botones, cómo es el menú, entonces me imagino que hubiera habido también esa incertidumbre al interactuar con la página.

*Hoy en día, ¿consideras que tus padres entre 40 y 50 años ¿pudiesen entender una página cómo está?*

Adriana: Mi mamá ahorita que se puso a ver los vídeos y me dijo dónde sigue, porque no sabe o no entiende que tiene que apretar ahí. Así que ellos siento que no van a entender, no van a saber cómo seguir (59).

Vania: Mi mamá tiene 49 años y sé que se sentaría y esperaría que yo me siente a su costado para yo manejarlo, para que ya lo miré.

Diana: Mis padres tienen 58 y 59 años y de por sí no le gusta los celulares, la tecnología. Mi papá es mucho más curioso y a él si le llamaría un montón la atención que sea interactivo y que presenten varias cosas. Yo creo que sí estaría más al tanto de lo que está pasando.

Diana: Siento que las personas que si están interesadas en la tecnología como mi papá sí estarían interesados en este producto a diferencia de mi mamá que como la mamá de Adriana lo abandonarían a la primera. Como yo no sé manejar esto ahí lo dejó y no sería funcional para ella este tipo de documental.

*¿Qué otro tipo de contenido les hubiese gustado encontrar que les haga más satisfactoria la experiencia en un documental como el de las rutas del Oro?*

Diana: En mi caso siento que este tipo de plataformas debería funcionar en un celular. Siento que es muy importante que Ese tipo de plataforma se presente de otra manera en los celulares, porque para mi no pude disfrutarlo prácticamente nada de lo que te brinda esta página, realmente no encontré ningún video, para mi era una página en negro donde yo misma fui apretando, fui viendo los links, me derivaba a un link. Sin embargo, de por sí para mi era una página en negro. Si a mí no me hubieran dicho que era una página interactiva, que ese era su propósito y hubiera entrado así a la primera, no me hubiera gustado nada porque lo único que encuentro es el blog y encima las noticias son de hace varios años entonces para mí no no hubiera tomado tanto interés, siento que falta actualizarse, que funcione en el celular primordialmente.

Adriana: En mi caso a mí sí me gustó. Bien interesante, creo que no le agregaría más.

Vania: Para mí fue bueno. Lo que podría un poco agregar, enlaces, que las páginas se abran con más noticias, un poquito más de información, o hasta crear las propias notas, que no sean bastante texto o con imágenes ya porque ya estamos implementando los videos.

Diana: Yo sí le agregaría ciertas cosas: uno, cuando hablamos de los vídeos que tiene cierta fascinación y que sean cortos y que sean más rápidos en llevar la historia, para mí en lo particular cuando hablábamos por ejemplo de las entrevistas que hay sus pros y contras de

que tú le puedas dar click a las preguntas que le quieres hacer a mí en lo particular que soy de consumir documentales me parecía un corte a la ilación, como yo tener que darle click a preguntar me corta un poco el interés y el seguimiento a la historia entonces de repente alargar un poco más el contenido y no hacerle tantos cortes porque creo que con cierto nivel de interactividad ya es divertido, y por otro lado, la calidad en una galería de fotos me parecería interesante de ver. Hay una galería pero no siento que tenga el nivel para complementar la historia.

*¿Consideran que un tema con la trascendencia que presenta las rutas del oro debería permitir la participación constructiva del usuario en razón a la extensión de su contenido?*

Diana: Yo creo que para que se mantenga vigente podría ser plasmado en Instagram. Siento que para los jóvenes si presentaron tal vez el tema ahí no muriera porque supongo que pondrían más información sobre eso y traería mucha más atención. Pero eso creo que va más para los jóvenes porque los mantiene atraídos.

Diana: Yo creo que es importante la actualización. Si las noticias al entrar a la página se estancaron en el 2016 y más allá de eso no hay información, que probablemente si busco en otros lugares encuentro, entonces una pequeña actualización de cosas sumamente importante tanto en la página web como en sus redes que no encontramos por ejemplo Twitter o Facebook, sumarían muchísimo a que este tipo de contenidos siga siendo consumidos a pesar de el tiempo que ha pasado. Esa participación debería ser permitida por todo el producto. Pienso que así el usuario sentiría la posibilidad de ser mucho más partícipe de un documental como este.

Vania: Mi punto va a la parte de los trabajadores creo que cuando entré a ver el documental menciona ahí un testimonio de trabajo que cuenta que antes había ahí bastantes personas trabajando ilegalmente pero llegaron las maquinarias y esto se redujo bastante. Entonces para hacerlo más atractivo también podríamos hacerle un seguimiento al caso de tal persona, cómo llegó al lugar, qué tipo de trabajo tenía que hacer, también por la trata de las niñas, igual, hacer casi lo mismo, sino también apoyar a la causa, creo que había una organización en el pueblo que fueron.

Adriana: la actualización, cada 3 meses, de cómo va la minería o los otros temas. Para el tiempo de vigencia que tiene No creo que hagan más porque sí desde su lanzamiento no se hizo, hoy en día menos.

## **Tercer Focus Group - LRO (25/08/21)**

*¿Cómo ha sido la experiencia de navegación en el documental web?*

Lucero: Los botones que son para compartir en otras redes sociales son lo básico. Los botones de mapa, Me hacía pensar que estaba en un videojuego porque como que te ponen el mapita podías entrar a un lado al otro entonces creo que eso me parece de una manera muy interesante. También el tema de las preguntas, es como que podrías preguntar cosas o tomar decisiones, es chévere esa libertad de tu poder hacer esas preguntas. que tú eligieras q se iba a seleccionar, de alguna manera también me sentí un poco más protagonista, yo podía hacer las preguntas, podía elegir la prioridad cual hacía primero y cual hacía después.

Carlos: con respecto al diseño de la página sí se nota un poco de que si es de 2015. También he podido abrirla en el celular y no se acomoda mucho. Sigue teniendo una vista web. Luego con el tema de los botones interactivos creo que sí están bien puestos, era muy entendible, bastante didáctico. Estuvo bueno,

no más que no está tan adaptable para lo que son celulares y creo que es ahora lo que más gusta para consumir este tipo de contenidos.

Alen: Al momento de traducir de portugués a español algunas cuestiones no estaban adaptables. Se ve que es de hace un par de años. Me hubiese gustado un poquito más si es que yo hubiese podido tomar la ruta, es decir omitir ciertas cosas que no te dejaba saltar porque iba a ser un poco repetitivo. Por un tema de tiempo más que todo que quería pasar.

Jorge: me gustó mucho el hecho de que realmente sea transmedia porque hay mucha más información porque a veces pasa de que simplemente se adaptan los contenidos a otros medios pero probé y mucha información que sí aportará mucho a la historia, como lo que pasó con la niña víctima de trata. Pero siento que por ahí la narrativa, por tratar de seguir la ruta no hizo su propio camino.

*¿Consideran que este material fue de un diseño transmedia para el 2015?*

Jorge: Yo creo que como te dije o sea el hecho de que es transmedia. Más allá de la plataforma que se utilice es trascender la historia, de cómo encontrar nuevas fuentes de información a la que ya tenía pero que aporte más.

Alen: para el año estuvo bien porque digamos no tiene errores de carga que es lo más común que pueda ver. Funcionalmente podría decir que para el año estaba muy bien. Ahora no sé si una campaña se trazó qué más habrá hecho para poder promoverlo, pero como dice Jorge, el tema de la información y sobre todo porque como mencionan en el video fue pocos años antes que recién empezó a darse este boom de la explotación sobre este tema precisamente, no. Entonces me parece bastante interesante importante el hecho de tener un registro sobre esto Más allá de la funcionalidad es el hecho del tema no, sigue vigente y bueno seguirá vigente por un tiempo más.

Carlos: Bueno si lo vemos en retrospectiva para el año si pudo haber significado este un contenido netamente transmedia, no. Creo que para su momento sí estuvo bueno no porque tampoco encuentro muchos, o sea casi ningún error técnico.

*¿Consideran que los mensajes que se han generado a través de facebook y Twitter han permitido expandir y multiplicar el mensaje del web documental?*

Carlos: pienso que los botones están muy chiquitos, la parte de compartir y esas cosas creo que es un poco complicado, pero siento que podría pensarse un poco mejor o de alguna otra forma más didáctica para compartirlo.

Lucero: podría ser un poco más sugerente, un poco más evidente para poder compartirlo. Ahora estoy revisando justo en la página que hay varias cosas interesantes que se podrían compartir, por ejemplo veo fotogalerías, personalmente lo compartiría no porque yo veo mucho el tema fotográfico entonces creo que sí sí lo pondría. También veo que ponen algunos videos de entrevistas que por ejemplo este video dura una hora, entonces sí es que lo trasladáramos a la actualidad de repente lo que haría sería tratar de utilizar

estos videos pequeños de un minuto, un minuto y medio, algo más inmediato así que me iría más por el lado de poner de repente pequeños cortes de videos cortitos con avances sobre las rutas. Eso considero.

Alen: En cuanto al tema de funcionalidad ambos botones de redes no funcionan. Lo que se podría hacer es posicionar un poco la web a través de palabras claves. Creo que con el blog se podría trabajar para hacer publicaciones, para hacer stories, para poder llevarlo a otro lenguaje que te permita ampliarlo dentro del blog o quizás con el video o qué sé yo, creo que básicamente eso es lo que se podría adaptar.

¿A quién consideran que estaba dirigido este documental en el 2015?

Carlos: creo que obviamente está mucho más dirigido pues a zonas más urbanas, con mucha más acción, accesibilidad a internet y por ende a información. Por cómo me presentan el contenido es obvio que no se busca que las zonas cercanas del lugar sean conscientes de esto y en el tiempo en que era sería mucho más complicado el tema de la accesibilidad a internet. Ahora pues tenemos el tema de la fibra óptica pero aún así sigue siendo para lugares más con más accesibilidad y de niveles económicos más alto.

Lucero: Y si de alguna manera lo ponemos complementando lo que dijo Carlos, Yo diría a personas millennials gente que está más familiarizada con los videojuegos, con el tema de internet no, personas tipo veintitantos años, que en esa época aprendía menos, universitarios también, probablemente de universo económico B o C.

Alen: por lo que puedo revisar un poco el blog hay más notas de Perú. Las asociaciones involucradas, todas las personas que pertenecen a este núcleo dentro de las asociaciones porque recordemos que las asociaciones si bien es cierto existen tienen que promover algo y ese promover a través de información, campañas, etcétera y tratar de llevarle eso a la sociedad como a la que tiene que llegar todo este mensaje, ya que si la sociedad lo recibe y hace algo con esto, bueno, es otro paso que esperemos que se pueda dar.

Jorge: Esto debió estar pensado para la sociedad en general porque hay mucha información acerca de temas que le interesa a las personas que están más vinculados a éstos, como las personas que entrevistaron, las personas que trabajan en esto. No creo que esté dirigido a ellos porque no todos tenían acceso a una computadora porque eso no se podría ver en celular y un buen internet para que te carguen todos esos videos entonces creo que en esas comunidades, en estos lugares hay otros medios de comunicación como la radio y la televisión pero yo creo que es más que todo un trabajo para para lazos en común y para difundir esto.

*Conociendo a sus padres, ¿consideran que ellos podrían ser un público objetivo para un producto interactivo como las rutas del oro?*

Lucero: Yo creo que mis padres no lo verían. Ven algunas cosas de su trabajo porque es trabajo pero no creo lo entenderían.

Alen: mi papá es de Sistemas y creo que él sí podría estar un rato y en algún momento lo dejaría. Pero así de estar metidos, no, lo dejarían.

Carlos: mi papá está relacionado a los temas mineros y creo sí lo vería. Mi mamá no, es más de Facebook, de redes sociales. Podría ver el video del documental, pero nada más.

Jorge: Mis padres son personas que están más acostumbrados a los medios tradicionales, pero si esto funciona hoy en día creo que con algunas adaptaciones podría llegar a funcionar.

*¿De qué manera se puede expandir o multiplicar el mensaje que presenta el documental las rutas del oro?*

Lucero: creo que podríamos tratar de viralizarlo. Ahora, la forma en cómo hacerlo eso sí no sé, pero creo que una manera muy orgánica como de llegar a otras personas es viralizando no, y de alguna manera eso también es sensibilizando, entonces de repente contando más historias. Eso también había pensado un poco, creo que faltó llegar a más personas, más historias de gente que realmente sufriera este tema del oro y todo eso. Trataría de hacer un hilo en Twitter, o mostrar como le digo un video así no tan largo. Yo buscaría viralizarlo, como para tratar de que llegue a otra gente, y también si involucran de repente a alguien que sea mediático también. Podrían tener como aliados estratégicos que hablen, por ejemplo, activistas, medioambientales, que puedan como que conversar en sus redes sobre el documental, que otra gente lo vean, un poco más descentralizar.

Carlos: esto podría ser para el promedio entre 20 y 30 años que son quienes más se pueden adaptar ahora a este tipo de contenido. ¿Y mediante qué forma? pues coincido con los hilos de Twitter y también se puede insistir con las historias de Instagram. Para promocionarlo se puede utilizar los reels de Instagram que son de 60 segundos más o menos las historias, no, y si lo vamos a lanzar en vez de subir en vimeo pueden subirlo a Instagram TV y pues tu ves que son videos hasta de una hora. Entonces se puede usar estas dos cosas: el instagram y el Twitter, y el Facebook rebota los del instagram porque más llegada tiene el instagram que Facebook ahora.

Alen: Si bien coincido con muchas de las cosas que se han mencionado creo que podríamos bajar el rango incluso hasta unos 16 hasta 35 me atrevería decir 40 y principalmente jóvenes estudiantes, activistas, voluntarios, personas que estén interesadas en cambio climático, que estén interesados en medio ambiente, de cierto modo también en política, derechos humanos, porque implican varios factores, no, entonces creo que ahí podría hacerse algo bastante grande y en cuanto hacer algo viral si bien es cierto falta humanizar un poco el contenido, creo que haciendo algún tipo de vídeo o algo con ese tipo de cortes, no, mostrando un antes y un después, una declaración testimonial fuerte, algo así que tú lo veas y en los primeros segundos te impacte, creo que ese es un buen inicio de campaña, no, porque por lo mismo que hablamos de

la inmediatez, la mayoría de gente a los 3, 4 segundos abandona algo, entonces la primera imagen es la que tiene que ser bastante potente.

Jorge: si bien esta formación es importante creo que le serviría a muchas personas sin importar su rango de edad, género, condición. Lo que es de verdad quienes lo van a valorar son las personas que están involucradas desde, podrían ser estudiantes de periodismo hasta estudiantes de ingeniería ambiental. Esto debería ser sustentable en el tiempo pero esto va a nacer de las propias iniciativas de las personas que lo consuman y le vean una verdadera utilidad. Más allá de ser sólo información creo que el objetivo de este documental es que la conciencia social también sea una acción. Siento que iría enfocado mucho a estos grupos a los grupos que de verdad van a volver al trabajo de estas personas. Podría apuntar a los estudiantes de ingeniería ambiental, minas, sociales, de comunicaciones, que puedan investigar más a fondo esto y que generen conversaciones y debates en sus propias aulas.