



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

LA NARRATIVA TRANSMEDIA Y LA PERCEPCIÓN DE LOS
ALUMNOS DEL TALLER DE PERIODISMO MULTIPLATAFORMA
RESPECTO AL PROYECTO 'NOSOTROS SOMOS RUSIA 2018'

PRESENTADA POR
ASTRID ANTHUANET ARAMBURÚ ORTIZ

ASESORA
MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2019



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LA NARRATIVA TRANSMEDIA Y LA PERCEPCIÓN DE LOS ALUMNOS DEL
TALLER DE PERIODISMO MULTIPLATAFORMA RESPECTO AL PROYECTO
'NOSOTROS SOMOS RUSIA 2018'**

**Trabajo de investigación para optar al Grado de
Bachiller en la Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Presentado por:

ASTRID ANTHUANET ARAMBURÚ ORTIZ

ASESORA:

Dra. Martha Alicia Romero Echevarría

LIMA - PERÚ

2019

Índice

Índice	4
Índice de ilustraciones	6
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.1 Descripción del problema	7
1.2 Formulación del problema	10
1.2.2 Problemas específicos	10
1.3 Objetivos de la investigación	10
1.3.1 Objetivo general	10
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.4 Justificación de la investigación	11
1.4.1 Importancia de la investigación	11
1.4.2 Viabilidad de la investigación	11
1.5 Limitaciones del estudio	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	12
2.1 Antecedentes de la investigación	12
2.1.1 Antecedente internacional	12
2.1.2 Antecedentes nacionales	13
2.2 Bases teóricas	14
2.2.1 Narrativa transmedia	15
2.2.1.1 Narrativa Digital	18
2.2.1.1.1 Intertextualidad	19
2.2.1.1.2 Hipermedia	20
2.2.1.1.3 Multiplataforma	21
2.2.1.3 Multitasking	23
2.2.1.3.1 Redes sociales	24
2.2.1.3.2 Facebook	25
2.2.1.3.3 Twitter	25
2.2.1.3.3.4 Instagram	26
2.3 Bases legales	26
2.4 Definición de términos	27
CAPÍTULO III: VARIABLE	29
3.1 Definición operacional de la variable	29

3.1.1 Variable Independiente (X)	29
3.2 Definición conceptual de la variable	30
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	35
4.1 Diseño Metodológico	35
4.1.1 Tipo de investigación	35
4.1.2 Nivel de investigación	36
4.1.3 Diseño de investigación	36
4.1.4 Método de investigación	37
4.2 Diseño muestral	38
4.2.1 Análisis y contenido	38
4.3 Aspectos éticos	38
CAPÍTULO V	39
5.1 RESULTADOS	39
5.2 Discusión	53
CONCLUSIONES	56
FUENTES DE INFORMACIÓN	57
Anexos	63

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Página web de Aficionline	41
Ilustración 2. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	42
Ilustración 3. Página web de Aficionline	43
Ilustración 4. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	44
Ilustración 5. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	45
Ilustración 6. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	46
Ilustración 7. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	47
Ilustración 8. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	48
Ilustración 9. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	49
Ilustración 10. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'	50
Ilustración 11. De la página de Twitter	51
Ilustración 12. De la página de Instagram	52

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Los medios digitales deportivos de la región en los últimos años han mantenido una sola forma de narrar noticias: La televisión con sus informes, programas especializados y enlaces en vivo; la radio con sus espacios de opinión y relatos desde el lugar de los hechos; los diarios con sus crónicas e informes especiales; y la web con sus notas publicadas casi en tiempo real y su alcance en las redes sociales.

Incluso esa manera monótona de informar se ha visto en algunos eventos deportivos como los Juegos Olímpicos o mundiales de fútbol, aumentando la brecha digital en temas de innovación para el periodismo actual.

Sin embargo, medios como Bleacher Report, ESPN, The New York Times y Sports Illustrated (Estados Unidos); L'Équipe y Agence France Presse (Francia); The Guardian, Eurosport UK y BBC (Inglaterra); La Gazzetta dello

Sport (Italia) y El Enganche (España) emplean nuevas narrativas en su cobertura deportiva, invirtiendo en productos digitales para lograr un mayor alcance con el prosumidor, acostumbrado a utilizar diferentes herramientas tecnológicas y plataformas de comunicación.

De otro lado, en América Latina se ven pocos emprendimientos digitales independientes y de medios de comunicación que apuesten por contar historias de manera novedosa. Asimismo, es necesario enfatizar que este tipo de iniciativas digitales se ven potenciadas por las herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Probablemente, algunos medios tradicionales no dan un paso adelante en favor de estos cambios por temor a lo nuevo o porque desconocen la potencialidad de las nuevas formas de contar noticias en la actualidad.

Pero este adormecimiento puede ser perjudicial para los medios porque el periodismo está viviendo una serie de cambios tan drásticos en el modelo de negocios que si no se adaptan terminarán desapareciendo.

Uno de los medios que puso en alerta la forma en cómo se viene trabajando el periodismo tradicional y los cambios que se deben realizar fue El País de España, cuando hace dos años su director dio la noticia que su periódico dejará de circular diariamente para salir una vez a la semana y la plataforma digital será el nuevo modelo de negocios.

La baja de ventas de los diarios y revistas ha propiciado que algunos medios dirijan la producción de su contenido hacia los dispositivos móviles, donde los usuarios de Internet tienen una relevancia en el posicionamiento de páginas webs noticiosas.

En este sentido, el estudio de los prosumidores o *prosumer*, es decir, productores y consumidores de información, cada vez es más importante en esta era de cambios periodísticos.

De esta manera, la redacción -o narrativa digital- nos ayuda a poder crear contenido para las distintas plataformas de comunicación. Actualmente ya no solo se redacta para un sitio web, sino se necesita una narrativa digital para distintos productos que tiene una misma noticia.

Por tanto, las nuevas TIC son indispensables para el comunicador que quiera desenvolverse eficazmente dentro del periodismo digital.

En este contexto aparece en estudio la narrativa transmedia, concepto utilizado por el investigador norteamericano Jenkins (2009), quien definió su concepto de la siguiente manera: “Historias que se desarrollan en múltiples plataformas mediáticas, cada una de ellas contribuyendo de forma distinta para nuestra comprensión del universo: un abordaje más integrado del desarrollo de una franquicia que los modelos basados en textos originales y productos accesorios” (p. 384)

La relevancia de este novedoso tema recae desde la enseñanza en las universidades, como de la aplicación práctica en las versiones digitales de los medios de comunicación modernos. De esta manera se podrán conocer los cambios que se vienen realizando en el periodismo actual.

El presente estudio analizará el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ desarrollado por el Taller de Periodismo Deportivo Aficionline de la Universidad San Martín de Porres, el cual contempló la publicación de historias a través de las nuevas narrativas transmedia en productos periodísticos relativos al Mundial Rusia 2018. Esta iniciativa digital salió a las redes sociales en mayo del 2018 y

en el transcurso de los meses produjeron crónicas en texto y/o audiovisuales, fotos y videos 360°, podcast (historias en audio), gráficas y videos cortos para redes sociales; caricaturas con breves perfiles de los jugadores del mundial; entrevistas, informes y animaciones en video; y un cómic publicado en un periódico. Toda esta producción fue difundida a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la **NARRATIVA TRANSMEDIA** está presente en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?

1.2.2 Problemas específicos

¿Qué características tiene la **NARRATIVA DIGITAL** del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?

¿De qué manera se presenta la **REDACCIÓN WEB** en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?

¿Cuáles son las **REDES SOCIALES** que formaron parte del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Conocer la manera que la **NARRATIVA TRANSMEDIA** presenta la información del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'

1.3.2 Objetivos específicos

Describir las características que tiene la **NARRATIVA DIGITAL** del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'

Describir de qué manera se presenta la **REDACCIÓN WEB** en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'

Describir cuáles son las **REDES SOCIALES** que formaron parte del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Importancia de la investigación

Los resultados de la presente investigación revelarán las innovaciones en las nuevas narrativas dentro del campo periodístico. Asimismo, que los periodistas conozcan la importancia del buen uso de las herramientas digitales y las diversas plataformas de comunicación.

1.4.2 Viabilidad de la investigación

Esta investigación cuenta con los recursos humanos necesarios, asimismo, el respaldo material y financiero. Así como la debida asesoría metodológica y temática para su realización.

1.5 Limitaciones del estudio

No se han registrado trabajos que analicen el aporte de la Narrativa Transmediacon respecto al proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.

Las limitaciones de este estudio no afectan el proceso de investigación, por lo tanto, el desarrollo es factible y viable.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedente internacional

Hernández (2010) en su tesis *“Evolución de los principales periódicos digitales latinoamericanos de información general desde comienzos del tercer milenio (2000-2007): Caso: Argentina, Colombia, México y Venezuela”*, para optar el grado de doctor en la Universidad Complutense de Madrid; con la finalidad de investigar la presencia de Internet en América Latina, las distintas maneras de comunicación online, los nuevos formatos audiovisuales y escritos.

La importancia de esta investigación radica en la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y su estrecha relación con los usuarios de Internet, quienes interactúan con sus amigos a través de textos y fotos. Los elementos multimedia (videos, audios, gráficas animadas, etc.) hacen más interactivos y atractivos la interacción con el usuario de Internet.

García (2013) en su tesis *“Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: Representación y participación periodística en el nuevo contexto social”* para optar el grado de doctor en la Universidad de Sevilla con la finalidad de investigar la evolución de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), su uso popular y la masiva utilización de gran parte de la población. Asimismo, la utilización de dispositivos móviles (smartphones) y su rápida aceptación de las personas crearon la necesidad de que el periodismo incursione en un nuevo lenguaje y entorno tecnológico.

Por ello, se requiere que el nuevo perfil del periodista tenga amplios conocimientos de la tecnología y el medio web, dependiente de las bondades de los dispositivos móviles.

El periodista multitareas se erige en este tiempo como una necesidad en los medios digitales por la producción de contenidos en sus distintas plataformas, siendo las redes sociales el lugar donde los usuarios sociabilizan y crean comunidad virtual.

Conforme han pasado los años, los medios digitales han incluido herramientas y aplicaciones para generar más visitas a sus sitios web y con ello viralizar sus contenidos en la Red.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Terrones (2015) en su tesis *El periodismo transmedia y su relación con la percepción del público usuario, estudiantes del Taller de Periodismo Deportivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, a través de la página web Corresponsales.pe, año 2014* para optar el grado de magíster en la Universidad de San Martín de Porres; con la finalidad de investigar el periodismo transmedia, porque a través de los años los medios de comunicación han creado contenido como video, texto y audio para narrar historias a través de novedosas plataformas de comunicación. El usuario tiene una participación importante en redes sociales, ya que no solo consume sino produce y replica contenido en sus propios medios sociales.

La convergencia de los medios tradicionales con la redacción web se potencia más con la utilización de herramientas web de software libre.

Con ello, el usuario tiene facilidad para poder navegar en la Red de forma más visual e informativa.

Quiroz (2013) en su tesis *“Aplicación de las redes sociales en el labor actual del periodismo digital en Lima: un estudio relacionado con los diarios El Comercio y la República”*, para optar el grado de magíster en la Universidad de San Martín

de Porres; con la finalidad de estudiar la llegada de las redes sociales al periodismo, pues la información periodística cambió estructuralmente: el periodista ya no redacta a través de esta herramienta de comunicación tecnológica como lo hace aún en la edición digital.

Esto debido a que la mayoría de periodistas considera que las redes sociales son herramientas informativas cuya finalidad es dar a conocer, únicamente, informaciones periodísticas precisas y concisas, y no detalladas o analíticas como las que busca un usuario de la edición digital de un medio de comunicación.

2.2 Bases teóricas

El Funcionalismo Estructural de la Comunicación

La presente teoría asume la comunicación de masas como una institución dentro de la sociedad que tiene funciones específicas y por lo tanto incide y conlleva efectos en la sociedad. En sus inicios investigaba la relevancia que tenían los periódicos en la vida de los pobladores de Chicago, Estados Unidos. “El teórico del estructural funcionalismo presenta como problema central la explicación del orden social y se fundaba en la importancia que el consenso (basado en normas y valores) tiene en dicha explicación”. (Parsons y Mertons, 2003, p.75).

Las narrativas transmedia ayudan a visibilizar casos sociales y denunciar temas que la prensa tradicional no investiga y a la vez cuenta hechos históricos a través de nuevas plataformas de comunicación. Por ello, la importancia de su estudio incide en un análisis profundo para vincular al público que recibe este tipo de producciones, comúnmente llamados prosumidores o prosumer,

que son jóvenes usuarios de internet, quienes no solo consumen información, sino reproducen, replican y crean nueva información con este tipo de narración.

2.2.1 Narrativa transmedia

Se puede argumentar que la narrativa transmedia significa una nueva forma de contar una historia y a la vez difundir el contenido desde cualquier multiplataforma.

Esta innovadora forma de narrar se vio a partir del año 2006, el primer autor que estableció este término fue Jenkins (2009) y según su opinión:

La narrativa transmedia representa el proceso donde los elementos integrales de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Idealmente cada medio hace su contribución única al desarrollo de la historia.
(p.22)

Entonces en el caso de 'Nosotros Somos Rusia 2018' del portal web Aficionline, se tiene acceso a diversas publicaciones en distintas multiplataformas como: Página web, redes sociales (Facebook, Twitter, e Instagram), caricaturas, cómics, Youtube, Soundcloud, entre otros.

Esta manera de narrar de una u otra manera marca un desarrollo en una nueva forma de redacción, que se viene produciendo en diversos países de Latinoamérica. La Vanguardia (2016), afirma que:

El especialista argentino en narrativa transmedia Fernando Irigaray aseguró en una entrevista con Efe que América Latina -junto a Canadá

ha tomado la delantera en desarrollo de narrativas interactivas" y en soporte digital, con un "incipiente" crecimiento y grandes inversiones por parte del sector. (p.3)

Este tema se ve en el caso de 'Nosotros Somos Rusia 2018', ya que en diversos países como Colombia y Argentina participan de este proyecto de nuevas narrativas transmedia.

Esta técnica es un lenguaje básico en el momento que usas lo que es transmedia. "El relato multiplataforma es, probablemente, la forma más básica de narrativa multimedia. Consiste en la narración de la misma historia en diferentes medios o soportes, adaptándose al lenguaje-forma (Costa, 2012, p.110)".

Con ello, el avance del internet, permitió a los medios tradicionales desarrollar contenidos en diferentes plataformas, no solo informando mediante el papel sino en su propia página web lo que seguiría con un futuro a las nuevas formas de comunicación más directa que serían las redes sociales.

En la última década han aparecido nuevas formas de practicar el periodismo en el panorama digital y la utilización de las redes sociales (Facebook y Twitter), han contribuido a que periodistas y usuarios interactúen en el ciberespacio.

Las redes sociales son herramientas que se utilizan con la intención de esparcir las noticias y a la vez generar la interacción de la audiencia.

Con ello, la definición del concepto multiplataforma está estrechamente relacionada a adaptar el contenido para cada plataforma de comunicación.

Todo contenido que se realiza varía según cada plataforma porque existen distintas maneras de narrar a la hora de publicar contenido.

Los productos transmedia se suelen expandir en distintas plataformas, como las webseries, ficción televisiva, videojuegos, relatos audiovisuales y periodísticos. Jenkins (2008) afirma: “Transmedia es una historia narrativa tan grande que no cabe en una sola plataforma y que necesita expandirse por distintas plataformas y formatos, construyendo una narrativa envolvente, inmersiva, integradora y participativa” (p.187).

De acuerdo a esta definición, la narrativa transmediática requiere diversas plataformas para presentar sus contenidos en Internet. En esa misma línea de pensamiento, coinciden Tascón y Quintana (2012):

Se define transmedia como el cruce entre diferentes medios, por ejemplo, cuando un libro da lugar a una película, un juego de ordenador, blogs de personajes, etc. Esta convergencia de medios o formatos puede plantearse, a menudo, como una colaboración o un juego. (p. 491)

Para ambos autores, el proceso creativo de pasar de un formato a otro hace que se convierta un producto en transmedia y tenga vinculación con la narrativa planteada.

Celaya (2011) argumenta que mientras la historia se va relatando, va a requerir un proceso más elaborado en la narrativa:

Una historia transmedia se expande a través de las diferentes plataformas incorporando nuevos contenidos, personajes y tramas. Cada formato permite el autor contar su historia, pero, de forma distinta. No se trata de añadir extras, dado que cada medio forma parte de la historia aportando una experiencia de lectura diferente. Los lectores pueden hacer suya la historia y transformarla en múltiples obras derivadas. (p.12)

A partir de lo señalado, se puede afirmar que el transmedia necesita de múltiples formas de contar y el prosumidor tiene que intervenir activamente en Internet.

2.2.1.1 Narrativa Digital

También conocida como digital storytelling, permite crear historias narradas con el uso de imágenes y sonido, y se popularizó con el video y la fotografía digital.

Barbosa (2007) afirma que:

La narrativa digital es la fragmentación de la audiencia que se produce en Internet. Hasta ahora los medios se dirigían a grandes grupos de personas más o menos indefinidos: eran los medios de comunicación de masas y su discurso tenía una apariencia casi monolítica. (p.7)

En este tipo de proyectos transmedia, la narrativa digital es importante porque permite personalizar los diversos productos que están dirigidos a los prosumidores, que son jóvenes con diversos intereses en Internet.

Según Domínguez (2010), en el artículo “La Nueva Narrativa en el Periodismo Binario” también afirmó que:

La narración digital permite una brecha con la forma narrativa que yuxtapone contenidos de los medios convencionales porque favorece la combinación de elementos de varios tipos: videos, audios, imágenes fijas o modelos 3-D. Mientras los medios convencionales trabajan de forma lineal, la lógica estructural en el mundo digital trabaja de forma modular y en constante evolución.
(p.33)

2.2.1.1.1 Intertextualidad

Se puede definir la intertextualidad como la relación estrecha que hay entre textos.

La investigadora Marsha Kinder (1991) creó algo a partir del concepto de Smith mezclado con la idea de polifonía, propuesta por los lingüistas. Kinder propuso la mezcla, denominada intertextualidad transmedia, para optimizar la construcción de contenidos en guiones de cinema. (p.31)

La intertextualidad ayuda a que las distintas narrativas que se van a emplear en un proyecto transmedia tengan un hilo conductor, que es la historia o guion

transmedia. “La intertextualidad, según Julia Kristeva, quien la concibe como el campo de transposición de diversos sistemas significantes, y el concepto de texto como espacio en el cual se cruzan y se entrecruzan múltiples enunciados tomados de otros textos” (Gutiérrez, 1994, p.75)

2.2.1.1.2 Hipermedia

El término surge de la fusión del hipertexto y la multimedia, donde el hipertexto es el enlace que permite vincular contenido de un link a otro; y multimedia usa los contenidos insertados en una nota, que pueden ser imágenes, audios y videos. Salinas (1993) afirma que: Hipertexto constituye una forma de presentación, generalmente textual, del conocimiento de forma no lineal, similar a como trabaja el cerebro. A través de él el estudiante explora e interactúa con la base de conocimiento. (p.15)

El hipermedia es la actual manera de trabajar en diversos medios de comunicación, porque no solo piensan en producir contenido en texto, sino también en audio y video.

En ese sentido, Ortiz (2008) afirma que:

La visión de un texto hipermedial se expresa gracias a las nuevas narrativas que hacen parte de un contexto tecnológico; estas narrativas toman, entonces, importancia en las generaciones culturales englobadas y vividas desde el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación. (p.117)

2.2.1.1.3 Multiplataforma

Es la manera de presentar noticias a través de distintos canales y/o plataformas de comunicación tradicionales, es decir, medios escritos, audiovisuales y digitales. “El desarrollo multiplataforma procura optimizar la relación costo/beneficio compartiendo la misma codificación entre las versiones para las distintas plataformas.”(Delía, L. N., Galdamez, N., Thomas, P. J., Corbalán, L. C., & Pesado, P. M. ,2014, p.8)

En el trabajo diario de algunos medios de comunicación, puede afirmarse que realizan producción multiplataforma, es decir publicaciones para periódicos, radio, televisión e Internet.

En ese sentido, Salaverría (2005) lo define como:

El periodismo multimedia, o multiplataforma, es aquel que articula diversos medios de comunicación para las coberturas informativas. Se produce, por tanto, cuando una empresa de comunicación coordina las coberturas de sus respectivos diarios impresos, emisoras de radio, canales de televisión y/o cibermedios.(p.37).

2.2.1.2 Redacción Web

Es la escritura dirigida para medios digitales, que tiene como prioridad la búsqueda de palabras claves en Google (SEO) hipervínculos, redacción tipo pirámide invertida y material multimedia.

Alonso y Arébalos,(2010) sostienen que:

C. Max Magee investigó qué habilidades eran necesarias para trabajar en las salas de redacción digitales. La mención de algunas de ellas –35 en total– haría ruborizar no solo a los viejos periodistas sino, lo que es peor, a muchos jóvenes: HTML, Flash, usabilidad, cómo escribir para Internet, edición de audio y video, administración de comunidades en línea, análisis de métrica, formas alternativas de contar historias. (p.39)

En el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’, la base para desarrollar los distintos productos fue la redacción web, porque desde esta plataforma se orientó el contenido, sea a través de crónicas en Internet, gráficas y videos para redes sociales, cómics, caricaturas y podcast.

2.2.1.2.1 Redacción online

Es una de las maneras de redactar que utilizan los diversos medios digitales en el mundo. En este tipo de redacción se privilegia la pirámide invertida, los hipervínculos, textos simples con imágenes y/o material audiovisual. Price y Price (2002) afirman que: “Hay seis preguntas que resumen los puntos más destacables de toda comunicación: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Por qué? y ¿Cómo? Ellas pueden seguir de guía a la hora de redactar un texto”. (p.67)

Por tanto, se puede decir que la redacción online facilita el trabajo de visibilidad para los usuarios de internet y usabilidad al momento de observar el trabajo en el sitio web.

2.2.1.2.2 Multimedia

Se puede definir multimedia como la utilización de texto, imágenes, audio y video en la producción de contenido periodístico. “Cuando se habla de multimedia en el ámbito de la comunicación se alude a dos realidades: por un lado, a los lenguajes, y por otro, a los medios”. (Salaverría, 2001, p.385)

En el desarrollo del proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’, se ha realizado una cobertura multimedia, utilizando las bondades del medio impreso para los cómics, el audio a través de un podcast y videos para redes sociales.

En ese sentido, Álvarez (2014) sostiene que:

Multimedia es cualquier combinación de texto, diseño gráfico, sonido, animación y video distribuida a través de un ordenador. Cuando se permite al usuario el control de estos elementos, hablaremos de multimedia interactivo. Si además se facilita una estructura de elementos enlazados a través de los cuales el usuario pueda navegar, se trata de hipermedia. (Pág.9)

2.2.1.3 Multitasking

La demanda del redactor web ha hecho que se vuelva, en estos últimos años, en productor de información para diferentes plataformas en línea y un multitareas, más conocido como *multitasking*. Por ello, no es nada raro que además de ser redactores, sean fotógrafos, editores de audio, video y fotos, camarógrafos, gestores de redes sociales y especialistas en herramientas digitales.

En ese sentido, Alonso y Arébalos (2010) sostienen que:

En el año 2005, en una tesis de maestría de la Escuela de Periodismo Medill, de la Universidad de Northwestern, C. Max Magee investigó qué habilidades eran necesarias para trabajar en las salas de redacción digitales. La mención de algunas de ellas –35 en total– haría ruborizar no solo a los viejos periodistas sino, lo que es peor, a muchos jóvenes: HTML, Flash, usabilidad, cómo escribir para Internet, edición de audio y video, administración de comunidades en línea, análisis de métrica, formas alternativas de contar historias. (p.39)

En el 2018, el trabajo de un periodista digital demanda que sea un multitareas es decir que domine técnicas de redacción para web, sepa grabar y editar material audiovisual y sea un investigador de la nuevas tecnologías.

2.2.1.3.1 Redes sociales

Las redes sociales se crearon con el objetivo de tener nuevas maneras de relacionarse y que cohabiten los diversos códigos de comunicación. Cada nueva red social que aparece, año tras año, aporta elementos importantes en la construcción de comunidades virtuales. “Las Redes Sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales”. (Lozares, 1996, p.89).

En este sentido, Campos (2008) afirma que:

Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos,

recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro. (p.277)

Las redes sociales han sido importantes para dar a conocer el trabajo del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' al público juvenil, pues su alcance se potencia cuando se sociabiliza en este tipo de comunicación en Internet.

2.2.1.3.2 Facebook

Es la red social más popular, creada en el 2004 por Mark Zuckerberg, que permite publicar fotos, realizar comentarios y compartir todo tipo de información con nuestra red de contactos. “El 4 de febrero del 2004, Zuckerberg lanza oficialmente TheFacebook al ciberespacio, recogiendo algunos elementos de Course Match y Facemach, así como de otras redes sociales existentes (y más populares) de esa época (Friendster y MySpace)”. (Saldaña, 2013, p.67).

Esta red social ha permitido viralizar videos y fotos con la ventaja de una mayor extensión de texto en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.

2.2.1.3.3 Twitter

Twitter es otra de las populares redes sociales utilizadas para comunicar mensajes de 140 caracteres. A la vez, su contenido también puede publicarse con elementos multimedia (fotos, videos y transmisiones en vivo) En este sentido, Saldaña (2013) afirma:

De acuerdo con Kleinman (2013), lo que lo inspiró a Dorsey fue un servicio de blogging llamado Live Journal. Se le ocurrió que podía crear una versión más 'en vivo' de esa página, en tiempo real y actualizable desde cualquier parte. (p.69)

Una de las ventajas de esta red social en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' es que permitió viralizar videos cortos de menos de un minuto.

2.2.1.3.3.4 Instagram

Instagram es una red social exclusivamente creada para publicar fotos y también videos.

Suárez (2018) afirma que:

Instagram es una red social y aplicación para subir fotos y videos, se caracteriza por dar una forma cuadrada a las fotos, permite aplicar efectos fotográficos, configurar el perfil del usuario con una mini biografía, tiene hashtags y termina con una foto para que el resto pueda identificarlo. (Pág.2)

En esta red social se logró tener una mayor cantidad de seguidores, asimismo, reacciones y comentarios a las fotos y videos cortos de un minuto.

2.3 Bases legales

Habiendo analizado el Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú, se encontró según los deberes esenciales del periodista, y a la vez respalda a la presente Tesis, es la siguiente:

Según la declaración deberes y derechos ante la sociedad artículo N° 17, que dice:

El periodista se guiará en su trabajo por el concepto de servicio público. Su función es social y dirigida al desarrollo integral del hombre y la sociedad. No podrá hacer uso de los medios de comunicación en funciones de los intereses personales, familiares o particulares.

Del mismo modo, se puede ver en el Capítulo 1: 'De la libertad de prensa e información en artículo N° 3, que dice:

Ajustarse a la más rigurosa veracidad en el trabajo, ser honestos y fieles cumplidores de la difusión de la verdad: brindar una información completa que permita al pueblo orientarse correctamente sobre el acontecer económico, social, político, científico, cultural y deportivo.

Esta disposición refleja los alcances de esta investigación en el planteamiento del problema o en los objetivos; lo que permite un mejor esclarecimiento del tema Motivo de investigación.

2.4 Definición de términos

Narrativa Transmedia: Es una propuesta novedosa y una contraposición al periodismo tradicional, consiste en contar historias que puedan difundirse en diversos canales, plataformas y medios. La historia contada necesariamente tiene que vincularse con el prosumidor para potenciar la narrativa.

Narrativa Digital: Es la presentación de información adaptada al mundo digital. Requiere conocer desde la redacción web, programación del sitio en Internet y el público al cual se va dirigir.

Redacción Web: Está relacionada a la integración de redacciones online que se publican en diversas plataformas de comunicación en la Red.

Redes Sociales: Son los canales de información que utilizan las personas en Internet para poder comunicar sus mensajes, replicar, refutar y compartir sus gustos e intereses diarios.

Intertextualidad: Se refiere a las relaciones que se establecen entre los textos y que se manifiestan en el interior de un escrito. Es un término teórico muy utilizado en los análisis de obras literarias como: cuentos, novelas, poemas y obras de teatro; pero también se habla de intertextualidad cuando se usan las palabras de un autor para incluirlas en un trabajo académico personal mediante la operación de citar textualmente.

Hipermedia: Se puede definir como la utilización del hipertexto sumado a las virtudes de los elementos multimedia.

Multiplataforma: Es cualquier formato que puede ser disfrutado de modo pleno o que se desarrolla en diferentes plataformas.

Redacción online: Es una de las maneras de redactar que utilizan los diversos medios digitales en el mundo. En este tipo de redacción se privilegia la pirámide invertida, los hipervínculos, textos simples con imágenes y/o material audiovisual.

Multimedia: Son los elementos que los usuarios encuentran al navegar en un sitio web (texto, fotos, audios y videos).

Multitasking: Más conocido como multitareas, es el periodista cuya labor se basa en crear o producir diversos contenidos, sea a través de textos, imágenes y videos.

Facebook: Es una red social que permitiría publicar fotos, realizar comentarios, exhibir preferencias y compartir todo tipo de información.

Twitter: Es una red social que permite publicar información multimedia (texto de 140 caracteres, videos, imágenes y transmisiones en vivo).

Instagram: Es una red social exclusivamente creada para publicar fotos y también videos.

CAPÍTULO III: VARIABLE

3.1 Definición operacional de la variable

3.1.1 Variable Independiente (X)

Narrativa transmedia

Indicadores:

•X₁ : Narrativa digital.

•X₂ : Redacción web.

•X₃ : Redes sociales.

3.2 Definición conceptual de la variable

Narrativa transmedia

Este tipo de narrativa no es nuevo, ya se venía utilizando varios años atrás en el mundo del cine. Actualmente se viene estudiando en el ambiente académico como en el mercado de producción de contenidos mediáticos, especialmente en el campo del entretenimiento.

Porto y Flores (2012) afirma que:

Entre los nuevos medios y los nuevos lenguajes, surge el concepto de narrativa transmedia, que tiene sus orígenes en el concepto de intertextualidad mezclada con el concepto hipermedia, como presenta Marsha Kinder (1991) en su primer aporte sobre el tema. Este lenguaje gana fuerza expresivamente en el campo de la comunicación, esencialmente, en la ficción, pero también empieza a expandirse en el ámbito del periodismo. (pp. 15-16)

Intertextualidad

La intertextualidad se aplica cuando al momento de comprender una idea o concepto buscamos un texto referente y asimismo lo complementamos con otros textos para que de esta manera tengamos un panorama más amplio de un tema investigado.

La investigadora Marsha Kinder (1991) creó algo a partir del concepto de Smith mezclado con la idea de polifonía, propuesta por los lingüistas. Kinder propuso la mezcla, denominada intertextualidad transmedia,

para optimizar la construcción de contenidos en guiones de cinema.
(p.31)

Hipermedia

El hipermedia es una información que interactúa no solo con textos sino con material multiplataforma, como video, audios, entre otros elementos informativos. “El término hipermedia extiende la noción de texto hipertextual al incluir la información visual, sonora, animación y otras formas de información”.
(Landow, 1995, p.15)

Multiplataforma

Es el sistema de trabajo donde confluyen el texto, video y audio en un medio de comunicación y que se transmite en medios impresos, digitales, radio y/o televisión.

Salaverría (2005) los define como:

El periodismo multimedia, o multiplataforma, es aquel que articula diversos medios de comunicación para las coberturas informativas. Se produce, por tanto, cuando una empresa de comunicación coordina las coberturas de sus respectivos diarios impresos, emisoras de radio, canales de televisión y/o cibermedios”. (p.37).

Redacción online

Es una de las maneras de redactar que utilizan los diversos medios digitales en el mundo. En este tipo de redacción se privilegia la pirámide invertida, los hipervínculos, textos simples con imágenes y/o material audiovisual. Price y Price (2002) afirman que: “Hay seis preguntas que resumen los puntos más destacables de toda comunicación: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Por qué? y ¿Cómo? Ellas pueden seguir de guía a la hora de redactar un texto”.(p.67)

Multimedia

Se puede definir multimedia como la utilización de texto, imágenes, audio y video en la producción de contenido periodístico.

Álvarez (2014) afirma que:

Multimedia es cualquier combinación de texto, diseño gráfico, sonido, animación y video distribuida a través de un ordenador. Cuando se permite al usuario el control de estos elementos, hablaremos de multimedia interactivo. Si además se facilita una estructura de elementos enlazados a través de los cuales el usuario pueda navegar, se trata de hipermedia. (Pág.9)

Multitasking

La demanda del redactor web ha hecho que se vuelva, en estos últimos años, en productor de información para diferentes plataformas en línea y un

multitareas, más conocido como *multitasking*. Por ello, no es nada raro que además de ser redactores, sean fotógrafos, editores de audio, video y fotos, camarógrafos, gestores de redes sociales y especialistas en herramientas digitales.

En ese sentido, Alonso y Arébalos (2010) sostienen que:

La mención de algunas de ellas –35 en total– haría ruborizar no solo a los viejos periodistas sino, lo que es peor, a muchos jóvenes: HTML, Flash, usabilidad, cómo escribir para Internet, edición de audio y video, administración de comunidades en línea, análisis de métrica, formas alternativas de contar historias...” (p.39)

Facebook

Es la red social más popular, creada en el 2004 por Mark Zuckerberg, que permite publicar fotos, realizar comentarios y compartir todo tipo de información con nuestra red de contactos.

En este sentido, Saldaña (2013) sostiene que:

El 4 de febrero del 2004, Zuckerberg lanza oficialmente The Facebook al ciberespacio, recogiendo algunos elementos de Course Match y Facemach, así como de otras redes sociales existentes (y más populares) de esa época (Friendster y MySpace), pero superándolas en velocidad, facilidad de uso y una presentación más amigable y vistosa. (p.67)

Twitter

Twitter es otra de las populares redes sociales utilizadas para comunicar mensajes de 140 caracteres.

En este sentido, Saldaña (2013) afirma:

La idea de este proyecto empezó el 13 de marzo del 2006, cuando Jack Dorsey, Biz Stone y Eva Williams desarrollaron un programa (Twtr) basado en mensajería de textos breves. De acuerdo con Kleinman (2013), lo que lo inspiró a Dorsey fue “un servicio de blogging llamado Live Journal”. (p.69)

Instagram

Instagram es una red social exclusivamente creada para publicar fotos y también videos.

Suárez (2018) afirma que:

Instagram es una red social y aplicación para subir fotos y videos, se caracteriza por dar una forma cuadrada a las fotos, permite aplicar efectos fotográficos, configurar el perfil del usuario con una mini biografía, tiene hashtags y termina con una foto para que el resto pueda identificarlo. Las fotos pueden ser compartidas con la misma red o con otras redes sociales. (Pág.2)

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Diseño Metodológico

4.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación es de carácter básica, porque se encarga de analizar la información y construir conocimientos con información previa. “La investigación básica, que es la que realiza conocimientos y teorías” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.1)

Es transeccional o transversal porque la encuesta en la presente investigación se toma en una sola ocasión.

Para Hernandez, et al. (2003) afirma que:

El diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante se recolectan los datos, estos son: diseño transversal, donde se

recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado. (p.31)

4.1.2 Nivel de investigación

Cualitativo: Porque permite la descripción de la información más importante de la variable. En el presente trabajo la variable independiente es la narrativa transmedia. “El enfoque cualitativo de investigación es, por su propia naturaleza, dialéctico y sistemático. Estos dos presupuestos, epistemológico y ontológico, conviene hacerlos explícitos, en todo proyecto o desarrollo de investigación”. (Martínez, 2006, p.129)

4.1.3 Diseño de investigación

No experimental: Debido a que se realiza sin manipular deliberadamente la variable. Es decir, trata de observar el problema tal como se da en la realidad, para después comprobarse.

Mauricio Hernández-Ávila, Francisco Garrido-Latorre, M. en C., Sergio López-Moreno, M.C (2000) afirman que:

Se distinguen de los estudios observacionales (no experimentales) porque el investigador tiene control sobre la asignación de la exposición y porque ésta se lleva a cabo mediante un proceso aleatorio. Además, dado que se trata de estudios longitudinales y prospectivos, y en los que la unidad de análisis es el individuo, es posible prevenir la introducción de sesgos y lograr altos índices de validez. (p.147)

Descriptivo:

Porque describe la información que es más importante de la variable. En el presente trabajo la variable independiente es la narrativa transmedia. En el libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos.” (Tamayo y Tamayo M, 1994, p. 35)

4.1.4 Método de investigación

Inductivo: Parte de una verdad particular con el objetivo de llegar a una verdad general.

Según Abreu (2014) afirma que:

El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo. (p.200)

Deductivo: Parte de una verdad general y se enfoca en llegar a una verdad particular.

Según Abreu (2014) afirma que:

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción

se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas. (p.200)

Hermenéutico: Porque se hará uso de la interpretación.

Baeza (2002) afirma que:

La hermenéutica también nos sugiere y, sin duda, antes que toda otra consideración, un posicionamiento distinto con respecto a la realidad: aquel de las significaciones latentes. Se trata de adoptar una actitud distinta, de empatía profunda con el texto, con lo que allí se ha expresado a través del lenguaje. No se trata de suprimir o de intentar inhibir su propia subjetividad (con sus implícitos prejuicios), sino de asumirla. (p.204)

4.2 Diseño muestral

4.2.1 Análisis y contenido

Plataformas que fueron utilizadas para dar a conocer el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' como Facebook twitter, instagram y la página de Aficionline.

4.3 Aspectos éticos

Esta investigación tiene como finalidad recopilar e interpretar datos para llegar a un resultado, el cual demostrará su veracidad y cumplirá rigurosamente las bases éticas de la profesión.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 RESULTADOS

El proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' contempló la publicación de historias a través de las nuevas narrativas transmedia en productos periodísticos relativos al Mundial Rusia 2018. Esta iniciativa digital salió a las redes sociales en mayo del 2018 y en el transcurso de los meses se publicaron crónicas en texto y/o audiovisuales, fotos y videos 360°, podcast (historias en audio), gráficas y videos cortos para redes sociales; caricaturas con breves perfiles de los jugadores del mundial; entrevistas, informes y animaciones en video; y un cómic publicado en un periódico. Toda esta producción fue difundida a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube.

Siendo Aficionline un medio deportivo universitario, producido por alumnos de pregrado de la Escuela de Comunicaciones de la Universidad de San Martín de Porres en Lima, Perú, y con la colaboración de profesores y estudiantes de siete universidades de cuatro países, cubrieron el Mundial Rusia 2018 en diversas plataformas. Sin embargo, como proyecto transmedia, el contenido fue publicado en su mayoría para el soporte digital y redes sociales con el objetivo de llegar a un público masivo. El proyecto tuvo acogida en el público universitario por la producción de contenidos como notas informativas, caricaturas, podcast, fotos y videos 360°, gráficas para redes sociales, crónicas y videos cortos sobre la participación de los cuatro países en el Mundial de Rusia 2018.

El proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se presentó en el Centro de la Imagen, institución privada dedicada al estudio de la fotografía, las artes visuales y la gestión de proyectos. Además, tuvo rebote en medios de Perú y Argentina, que publicaron notas sobre el trabajo.

Crónicas

Las historias narradas en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018" fueron de los jugadores, selecciones y personajes que participaron en el Mundial Rusia 2018. Se pueden leer textos en la web de alumnos y profesores de la Universidad de San Martín de Porres (Perú), Universidad Abierta Interamericana (Argentina), Universidad de Palermo (Argentina), Universidad de Medellín (Colombia), Universidad del Rosario (Colombia); Universidad de Sevilla (España) y la Universidad de Castilla–La Mancha (España). En el presente proyecto se realizó trabajo de campo con el objetivo de conocer a personajes como David Chauca, 'El hincha israelita'; Jack Hurtado y el Museo Coleccionables de Fútbol; y la cobertura en escenarios de fútbol de cada país clasificado al mundial. Asimismo, momentos claves del mundial, derrotas y júbilo de las selecciones protagonistas en Rusia 2018.

CAMPEÓN DE LA ALEGRÍA



Por Andrés Puerta

Colombia debería ser campeona del mundo porque necesita una alegría. Después de las elecciones presidenciales está latente el temor de que se acabe con el avance logrado en el acuerdo de paz con la guerrilla de las FARC, la gente viene golpeada por una campaña electoral marcada por la polarización.

El fútbol es una pasión colectiva con una notable capacidad de unión, tanto que en el año 2005 logró parar una guerra. Costa de Marfil era un país que llevaba cuatro años desangrado por una confrontación civil. Después de lograr, por primera vez en su historia, la clasificación al Mundial, **Didier Drogba**, recordado por sus hazañas en Europa, sabía que todos estaban viendo la transmisión por televisión. En un momento, paró la celebración y se ubicó frente a la cámara. Sabía que habían clasificado con un equipo étnicamente diverso, se arrodilló y le pidió a los ciudadanos que se perdonaran y que organizaran unas elecciones libres, su mensaje fue escuchado y los dos bandos decretaron un cese al fuego.

Ilustración 1. Página web de Aficionline

Fuente: Proyecto transmedia en web.

Fotos y videos 360°

En el proyecto se realizaron varias fotografías y videos 360 para vivir más de cerca la experiencia del Mundial Rusia 2018 en colaboración con los profesores de la Universidad de Castilla–La Mancha (España).



Ilustración 2. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Facebook del proyecto.

Podcast (historias en audio)

El proyecto produjo historias en audio durante la etapa del Mundial Rusia 2018. Este producto fue realizado por alumnos y profesores de la Universidad de Castilla–La Mancha (España).

(PODCAST) EL MUNDIAL DE LAS SORPRESAS E INNOVACIÓN EN EL PERIODISMO DEPORTIVO



En este 5º episodio analizamos el mundial de las sorpresas y hablamos de innovación con José Luis Rojas Torrijos.

Por José María Herranz (@Jmherranz) / Pavel Sidorenko (@psbaut) / Juan Ignacio Cantero (@Juanyck)

Tras la primera jornada de la fase de grupos en el **Mundial de Rusia 2018**, llega el mejor análisis de la mano de '**Once Ideal**'. El mundial de las sorpresas o de la igualdad, como ya se le está denominando, en el que las favoritas perecen o no encuentran fácilmente la senda de la victoria. El mundial donde las estrellas se están estrellando y los innombrables colocan su impronta en el firmamento.

España tampoco pudo ganar su partido contra **Portugal**, pero por el nivel del rival y la buena imagen mostrada ha sido de las pocas que se han salvado de la quema de favoritas. Asimismo, jugadores insignia como **Messi**, **Cristiano** o **Neymar** ya están dando que hablar para bien o para mal.

Ilustración 3. Página web de Aficionline

Fuente: Página web del proyecto.

Gráficas y videos cortos

Buena parte del trabajo digital del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' se realizó a través de gráficas y videos cortos de menos de un minuto para Facebook, Twitter e Instagram.



Ilustración 4. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Facebook del proyecto.

Caricaturas

Otro producto digital que tuvo gran producción fueron las caricaturas de los mejores jugadores del Mundial Rusia 2018. Este trabajo estuvo acompañado por un breve perfil de cada jugador y fue realizado por estudiantes de pregrado de la Universidad San Martín de Porres, en Lima, Perú.

CARICATURAS RUSIA 2018: PAOLO GUERRERO



Caricatura realizada por Gerardo Magallanes / Aficionline.com.

Paolo Guerrero (34), más conocido como el 'Depredador', es el actual capitán y el máximo goleador de la historia de la **selección peruana** con 36 goles y 92 partidos jugados. El delantero del **Flamengo** es considerado una de las principales figuras de la blanquirroja, portando el número 9 en su camiseta. Desde muy pequeño soñaba con ser un jugador profesional y se le presentó la oportunidad de viajar a Alemania para jugar en las divisiones menores del **Bayern Múnich** y posteriormente en el primer equipo donde ganó dos **Bundesligas** y dos **Copas de Alemania**. Recientemente cumplió uno de sus más grandes anhelos, jugar para la selección de su país en un mundial, pero no todo es color de rosa. Durante las eliminatorias del **Mundial Rusia 2018**, la **FIFA** anunció la suspensión de 14 meses para Guerrero por haber dado positivo en el control antidoping. Sin embargo, él no quedó conforme con la noticia y luego de acudir a diferentes instancias, el **Tribunal Federal Suizo** aceptó la medida cautelar de Paolo Guerrero. Finalmente, la historia del 'Depredador' y Perú no acabó bien, porque fueron eliminados en la fase de grupos del mundial, sin embargo, anotó un gol ante Australia, ocasionando la alegría de la hinchada peruana.

Ilustración 5. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Página web del proyecto.

Entrevistas

El proyecto también incluyó entrevistas a personajes vinculados a la universidad y el Mundial Rusia 2018.



Nosotros Somos Rusia 2018

9 de julio de 2018 · 🌐

#Video 📺

El Team #Perú 🇵🇪 de la Universidad de San Martín de Porres, la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA - USMP y Aficionline.com entrevistó a las alumnas extranjeras de intercambio, quienes visitaron el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' y nos contaron cómo viven la fiesta del Mundial #Rusia2018 #SomosRusia2018 🏆

Mira la #nota: <https://tinyurl.com/AlumnasVivenElMundialRusia2018>

Mira el #video 📺: <https://tinyurl.com/VideoExtranjerasVivenElMundial>

Ilustración 6. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Facebook del proyecto.

Informes

Para cada partido donde jugaba la selección peruana de fútbol, los integrantes del proyecto cubrieron, a través de un informe en video, las incidencias en distintas sedes donde pasaban los partidos de Perú.



Nosotros Somos Rusia 2018

3 de julio de 2018 · 🌐

#Video

La Selección Peruana - FPF venció 2-0 a su similar de #Australia en el Mundial de #Rusia2018 y el Team #Perú 🇵🇪 de la Universidad de San Martín de Porres y #Aficionline cubrió este importante encuentro en el #EstadioNacional de #Lima. #SomosRusia2018 🏆🇵🇪

Mira la #nota: <https://tinyurl.com/PeruYsuTriunfohistorico>

Mira el #video 📺: <https://tinyurl.com/VideoPeruVSAustralia>

Ilustración 7. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Facebook del proyecto.

Animaciones en video

Para el proyecto se reunió las diversas caricaturas de los mejores jugadores del mundial y con ellos se realizó un proceso de animación cuyo producto final fue un video animado.



Nosotros Somos Rusia 2018

29 de septiembre de 2018 · 🌐

#Video ¿Te imaginas ver a tus jugadores favoritos del Mundial #Rusia2018 en #animación?

El Team #Perú 🇵🇪 de la Universidad de San Martín de Porres, la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA - USMP y Aficionline.com, con Sandra Ramírez, realizó una animación con algunos de los protagonistas de #Rusia2018 #SomosRusia2018 🏆

Mira el video 🗣️👉👈 : <https://tinyurl.com/VideoAnimadoRusia2018>

Mira todas las caricaturas 🗣️👉👈 : <http://aficionline.com/nosotros-somos-rusia-2018/>

Ilustración 8. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Facebook del proyecto.

Cómic

En el periódico Redacción de la Universidad San Martín de Porres se publicó un cómic con los mejores momentos del Mundial Rusia 2018.

 **Nosotros Somos Rusia 2018**
27 de septiembre de 2018 · 🌐

¡Salió el #cómic del proyecto #transmedia Nosotros Somos Rusia 2018 en el periódico #Redacción #FCCTP #USMP! 🍷 🎨

El Team #Perú 🇵🇪 de la Universidad de San Martín de Porres, la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA - USMP y Aficionline.com, cogió lápiz, papel y dibujó algunos momentos del Mundial #Rusia2018 #SomosRusia2018 🏆 🏆

Mira la nota 📄: <https://tinyurl.com/ComicEnRedaccion>



Ilustración 9. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Facebook del proyecto.

Facebook

El proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' utilizó la red social Facebook para la publicación de todas las notas transmedia, adaptando la narrativa para dicha plataforma.

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Nosotros Somos Rusia 2018'. The page features a profile picture of a soccer ball with the text 'NOSOTROS SOMOS RUSIA 2018'. The page name is 'Nosotros Somos Rusia 2018' with the handle '@nosotrossomosrusia2018'. The page has 71 likes, 51 interactions, and 65 video reproductions. A recent post by Astrid Aramburú Ortiz from November 6, 2018, shows a group of people in soccer jerseys. Another post by Carlos Terrones Lizana from September 30, 2018, is titled 'Las mejores historias de Nosotros Somos Rusia 2018' and mentions the University of San Martín de Porres and the Faculty of Communications, Tourism and Psychology. The right sidebar contains various suggestions and statistics, such as 'Administra fácilmente tu página desde cualquier lugar', 'Crea un grupo para tu página', and '983 Me gusta +1 esta semana'.

Ilustración 10. Página de Facebook del proyecto 'Nosotros Somos Rusia2018'

Fuente: Facebook del proyecto.

Twitter

El proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' utilizó la red social Twitter para la publicación de todas las notas transmedia, adaptando la narrativa para dicha plataforma.



Ilustración 11. De la página de Twitter

Fuente: Twitter del proyecto

Instagram

El proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' utilizó la red social Twitter para la publicación de todas las notas transmedia, adaptando la narrativa para dicha plataforma.

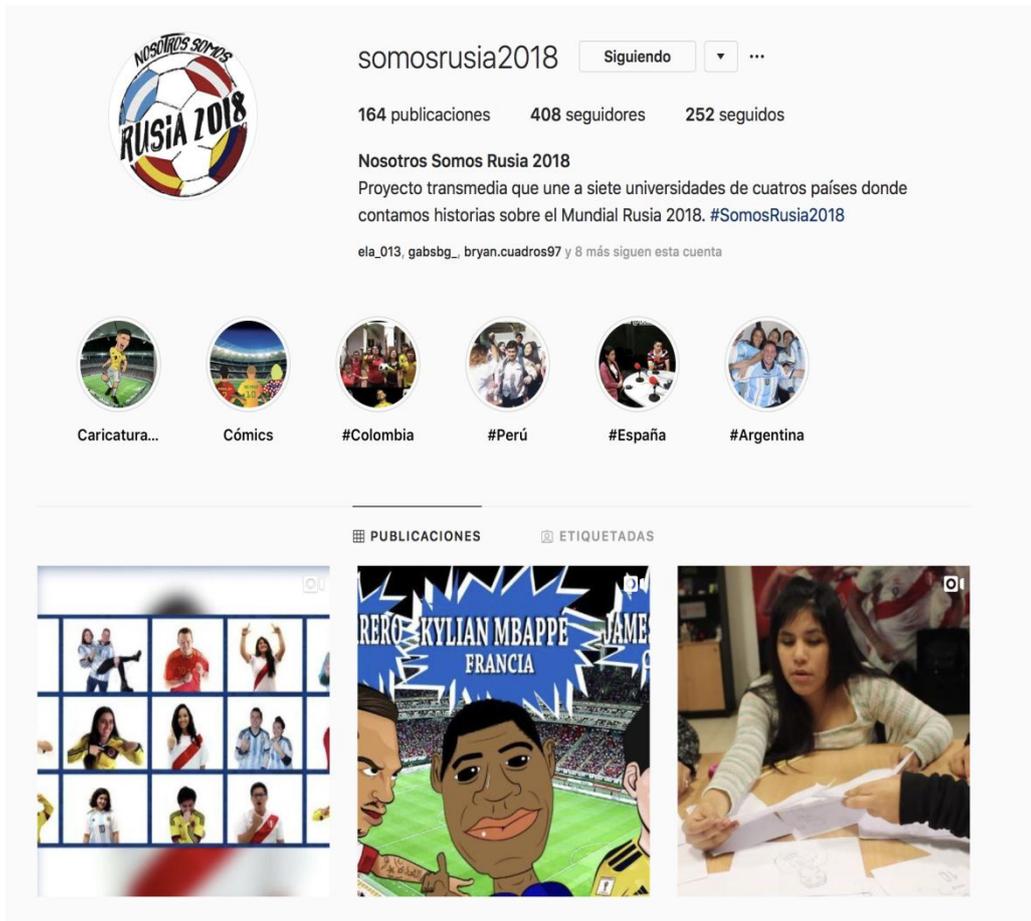


Ilustración 12. De la página de Instagram

Fuente: Instagram del proyecto.

5.2 Discusión

Luego de analizar la página web y las distintas redes sociales del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', se puede comprobar que realizan narrativa transmedia en el contenido publicado en todas las plataformas y redes sociales. Al respecto, Jenkins (2006) dice que la narrativa transmedia: "...representa el proceso donde los elementos integrales de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada." (p.22)

El proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' presentó productos periodísticos donde se realizan trabajos enfocados en la narrativa transmedia relativos al Mundial Rusia 2018.

Al explorar las distintas plataformas se pueden observar crónicas en texto y/o audiovisuales, fotos y videos 360°, podcast (historias en audio), gráficas y videos cortos para redes sociales; caricaturas con breves perfiles de los jugadores del mundial; entrevistas, informes y animaciones en video; y un cómic publicado en un periódico. Toda esta producción fue difundida a través de las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

El contenido fue publicado en su mayoría para el soporte digital y redes sociales con el objetivo de llegar a un público masivo. Asimismo, tuvo acogida en el público universitario por la producción de contenidos periodísticos relativos a sus intereses.

El proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se presentó en el Centro de la Imagen, institución privada dedicada al estudio de la fotografía, las artes visuales y la gestión de proyectos. Además, tuvo rebote en medios de Perú y Argentina, que publicaron notas sobre el trabajo.

Los proyectos transmedia, como 'Nosotros Somos Rusia 2018', tienen el objetivo de visibilizar casos sociales y/o hechos históricos que muchas veces no tienen la cobertura de los grandes medios de comunicación.

Conclusiones

Luego de analizar el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', se comprobó que sí aplican las narrativas transmedias en todas las plataformas y formas de narrar la historia porque se publicaron crónicas en texto y/o audiovisuales, fotos y videos 360°, podcast (historias en audio), gráficas y videos cortos para redes sociales, caricaturas con breves perfiles de los jugadores del mundial, entrevistas, informes, animaciones en video y un cómic publicado en un periódico.

Toda esta producción fue difundida a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. Además, se logró conectar con las audiencias en cada plataforma, debido a las interacciones en redes sociales con likes, compartidos y comentarios en su mayoría positivos sobre el proyecto.

Este proyecto tuvo aceptación no solo en las redes sociales, sino también en medios de comunicación de Perú y Argentina, como el diario *Líbero*, *El Popular*, *Telefé* y *Rosario Plus*, donde destacaron la participación de alumnos y profesores en la producción de contenido de siete universidades de cuatro países por el Mundial Rusia 2018.

En la producción del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' se aplicó las distintas técnicas de la redacción web para un producto transmedia, como crónicas para la web, gráficas y videos para redes sociales y cómic para periódicos.

En el presente trabajo se adquirieron destrezas para editar videos, gráficas, redacción de textos, dibujo y animación de personajes del Mundial Rusia 2018, con ello se pudo comprobar la capacidad de adaptación del periodista para ser

un multitareas o multitasking en la producción de contenido para las distintas plataformas de comunicación del proyecto.

Asimismo, el proyecto se hizo más conocido gracias a la viralización de su contenido a través de Facebook, Twitter e Instagram, porque son las redes sociales que tienen más interacción con los millenials.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas:

Albornoz, L. (2007). *Periodismo digital*. Los grandes diarios en la red. Argentina: La Crujía.

Barbosa, S. (2007). *Jornalismo digital de terceira geração*. Covilhã: Labcom.

Alonso, G. y Arébalos, A. (2010). *La revolución horizontal*. El poder de la comunicación en manos de la gente. Perú: Fondo editorial de la Universidad de San Martín de Porres.

Armañanzas, E.; Meso, K. y Díaz Noci, J. (1996). *El periodismo electrónico*.

Baeza, M. (2002). *De las metodologías cualitativas en investigación científico social. Diseño y uso de instrumentos en la producción de sentido* " Concepción: Editorial de la Universidad de Concepción.

Biondi, J.; Miró Quesada, S. y Zapata, E. (2010) *Derribando muros*. Periodismo 3.0: oferta y demanda de la comunicación en el Perú de hoy. Perú: Empresa Editorial El Comercio.

Bustamante, E. (2008). *Redes sociales y comunidades virtuales en internet*. México: Alfaomega.

Cabrera González, M. (2010). *Evolución de la tecnología y el diseño de la información*, pp 73-80. En Cabrera, M. (Coord.). *Evolución tecnológica y cibermedios*. España: Comunicación Social.

Castells, M. (1999) *La sociedad en red*. Brasil: Paz y Tierra

Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. España: Areté.

Cebrián Herreros, M. (2005). *La información multimedia. Soportes, lenguajes y aplicaciones empresariales*. España: Pearson Educación.

Cebrián, M. (2010). *Información audiovisual y multimedia por internet en la telefonía móvil*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Codina, L. (2003). *Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación*, 141-194. En: DíazNoci, Javier; Salaverría Aliaga, Ramón. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Díaz Noci, J. y Meso Ayerdi, K. (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. España: Universidad del País Vasco.

Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. España: Ariel.

Domínguez, D. C. (2010). *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Documentación de las Ciencias de la Información*.

Edo, C.(2009) *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. México: Alfaomega.

Fernández, M. (2001). *Análisis integral de la narrativa de José Ángel Valente*. España: Universidad de Santiago de Compostela.

Flores, J. (2014). *Ciberperiodismo. Nuevos medios, perfiles y modelos de negocios en la red*. Perú: Fondo editorial de la Universidad de San Martín de Porres.

Fogel, J. y Patiño, B.(2007).*La prensa sin Gutemberg. El periodismo en la era digital*. España: Punto de Lectura.

García, I. (2001). El establecimiento de la prensa estadounidense en la World Wide Web. Parámetros para la redefinición de los procesos informativos (Tesis doctoral no publicada). España: Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra. *Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. España: Ariel.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós.

Jenkins, H. (2009). *La cultura de la convergencia*. Brasil: Alephe.

Kirkpatrick, D. (2011) *El efecto Facebook. La verdadera historia de la empresa que está conectando el mundo*. España: Gestión 2000.

Landow, G. (1995) *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y el hipertexto*. España: Paidós.

Martín, G. (1995). Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo. Madrid: Paraninfo, 25° ed.

Masip, P. y Palomo, B. (2010) *Efectos de la tecnología en la profesión y en la producción periodística*, pp. 55-70. En Cabrera, M. (coord.). *Evolución tecnológica y cibermedios*. España: Comunicación Social.

Paniagua, P. (2009). *Información e interpretación en periodismo. Hacia una teoría de los géneros*. España: Editorial UOC.

Parra, D. y Álvarez, J. (2004). *Ciberperiodismo*. España: Síntesis.

Porto, D. y Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. España: Fragua.

Robles, R. (2013). *Prensa gratuita en el Perú*. Perú: Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. España: Ediciones Universidad de Navarra.

Saldaña, W. (2013). *Comunicación Web. Medios, Redes Sociales y Blogs en el Ciberespacio*. Perú: Fondo editorial de la Universidad de San Martín de Porres.

Tascón, M. y Quintana, Y. (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. España: Catarata.

Yezer'ska, L. (2008), *Ciberperiodismo en Perú. Análisis de los diarios digitales*. Perú: Universidad de Piura.

Referencias de tesis

García, N (2013) *Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: Representación y participación periodística en el nuevo contexto social*. Tesis de doctorado. Sevilla, España: Universidad de Sevilla

Hernández T (2010) *Evolución de los principales periódicos digitales latinoamericanos de información general desde comienzos del tercer milenio (2000-2007): Caso: Argentina, Colombia, México y Venezuela*, Tesis de doctorado. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid

Quiroz, Y (2013), *Aplicación de las redes sociales en la labor actual del periodismo digital en Lima. Un estudio relacionado con los diarios El Comercio y La República*. Tesis de Maestría. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Terrones, C (2015), *El periodismo transmedia y su relación con la percepción del público usuario, estudiantes del Taller de Periodismo Deportivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, a través de la página web Corresponsales.pe, año 2014*. Tesis de Maestría. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Fuentes Hemerográficas

Costa, C, Piñeiro, T (2012) Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE): Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 10 (2), 102-125

Navarro, L. (2011). *Orígenes del ciberperiodismo. Correspondencias & Análisis (I)*, 49-64.

Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50.

FUENTES ELECTRÓNICAS

Argentina transmedia. (2016) América Latina "toma la delantera" en narrativa transmedia, según experto Argentina: La Vanguardia. Recuperado el 9 de abril de 2019

<https://www.lavanguardia.com/vida/20161124/412145784545/america-latina-toma-la-delantera-en-narrativa-transmedia-segun-experto.html>

Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación ResearchMethod. *Daena: International Journal of Good Conscience*, Recuperado el 20 de abril 2019, de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)

Camus, J. (2009). *Tienes 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Recuperado el 10 de setiembre de 2014, de <http://tiene5segundos.cl/pdfs/libro-tienes5segundos-final.pdf>

Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y análisis cualitativo. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, Recuperado el 29 de marzo de 2019 <https://revistaderechoambiental.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/26081/27386>

Celaya, J. (2011, noviembre 14). "Narrativas transmedia". Extraída el 10 de setiembre de 2014 desde <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/3713/narrativa-transmedia/>

Franco, G. (2008). *Como escribir para la web*. Recuperado el 5 de abril de 2019, de https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf

Hernández-Avila, M., Garrido-Latorre, F., & López-Moreno, S. (2000). Diseño de estudios epidemiológicos. *salud pública de méxico*, Recuperado el 11 de abril de 2019

https://www.scielo.org/scielo.php?pid=S003636342000000200010&script=sci_arttext&tlng=en

Lamarca, M. (8 de diciembre de 2013). *Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Recuperado el 15 de abril de 2019, de <http://www.hipertexto.info/documentos/hipermedia.htm>

Salaverría, R. (2008). *Los medios de comunicación ante la convergencia digital*. Recuperado el 20 de abril de 2019 desde http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf

Sampieri, H (2003) *Metodología de investigación*, recuperado 1 de abril de 2019 desde https://www.google.com/search?q=sampieri&rlz=1C1GCEU_esPE820PE820&oq=sampieri&aqs=chrome..69i57j35i39j0l4.1511j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista de investigación en psicología*, recuperado el 20 de abril de 2019 desde <file:///C:/Users/internetredac/Desktop/DialnetLaInvestigacionCualitativaSintesisConceptual-2238247.pdf>

Mauricio Hernández-Ávila, Francisco Garrido-Latorre, M. en C., Sergio López-Moreno, M.C (2000) *Diseño de estudios epidemiológicos*, recuperado el 5 de abril de 2019 desde <https://www.scielo.org/pdf/spm/2000.v42n2/144-154/es>

Anexos

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL PROYECTO 'NOSOTROS SOMOS RUSIA 2018'

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<p>General</p> <p>¿De qué manera la NARRATIVA TRANSMEDIA está presente en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?</p>	<p>General:</p> <p>Conocer la manera que la NARRATIVA TRANSMEDIA presenta la información del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'</p>	<p>VARIABLE 1</p> <p>Narrativa Transmedia</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Narrativa Digital • Redacción Web • Redes Sociales 	<p>Método de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cualitativa <p>Tipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investigación Básica <p>Nivel: Básico y transeccional</p> <p>Diseño: Descriptivo</p>	<p>Análisis y contenido</p> <p>Plataformas que fueron utilizadas para dar a conocer el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' como Facebook twitter, instagram y la página de Aficionline.</p>
<p>Específicos:</p> <p>¿Qué características tiene la NARRATIVA DIGITAL del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?</p>	<p>Específicos:</p> <p>Describir las características que tiene la NARRATIVA DIGITAL del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'</p>			
<p>¿De qué manera se presenta la REDACCIÓN WEB en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?</p>	<p>Describir de qué manera se presenta la REDACCIÓN WEB en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'</p>			
<p>¿Cuáles son las REDES SOCIALES que formaron parte del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?</p>	<p>Describir cuáles son las REDES SOCIALES que formaron parte del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'</p>			

MATRIZ OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

Variable	Dimensiones	Indicadores
<p style="text-align: center;"><u>Variable Independiente</u></p> <p style="text-align: center;">Narrativa Transmedia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativa Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Intertextualidad • Hipermedia • Multiplataforma
	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción Web 	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción online • Multimedia • Multitasking
	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter • Instagram