



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

**LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL PROYECTO 'NOSOTROS
SOMOS RUSIA 2018'**

**PRESENTADA POR
ASTRID ANTHUANET ARAMBURU ORTIZ**

**ASESOR
GERARDO KARBAUM PADILLA**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2021



**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/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

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

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

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE
COMUNICACIÓN

PRESENTADO POR LA BACHILLER:
ASTRID ANTHUANET ARAMBURU ORTIZ

ASESOR:
MAG. GERARDO KARBAUM PADILLA

LIMA, PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios, a mi mamá Gaby, a mi mami Lourdes
y a mi papito Jorge por su amor y apoyo
incondicional en cada momento de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A mi madre que nunca ha dejado de creer mí, gracias por tus palabras de aliento, por apoyarme diariamente para que yo pueda concluir mi tesis.

A mis abuelos por engreírme y siempre estar presentes en mi vida con su apoyo incondicional.

Al profe Carlos Terrones por darme la oportunidad de pertenecer a Aficionline, donde aprendí la carrera de periodismo y me formé como profesional.

ÍNDICE

PORTADA	i
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	viii
Realidad problemática	viii
Formulación del problema	x
Objetivos de la investigación	xi
Justificación de la investigación	xi
Importancia de la investigación	xi
Limitaciones del estudio	xii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	15
1.1. Antecedentes de la investigación	15
1.1.1. Antecedentes internacionales	15
1.1.2. Antecedentes nacionales	16
Artículos científicos	17
1.2. Bases teóricas	18
1.2.1. Teoría de la comunicación	18
1.2.1.1. <i>Teoría de la sinapsis algorítmica reticular expansiva (SARE)</i>	18
1.2.2. Narrativa transmedia	19
a. Características de la narrativa transmedia	21
b. Guion transmedia	25
1.2.2.1. <i>Convergencia de medios</i>	25
a. Laboratorio de medios	27
1.2.2.2. <i>Narrativa digital</i>	35
1.2.3. Redes sociales	42
a. Facebook	43
b. Twitter	45
c. Instagram	46
d. YouTube	48
1.3. Definición de términos básicos	50
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	52
2.1. Procedimiento de muestreo	54
2.1.1. Población o universo	54

2.1.2. Muestra	55
2.1.3. Unidades de análisis	56
2.2. Técnicas de recolección de datos	57
2.3. Aspectos éticos	58
CAPÍTULO III ANÁLISIS DE RESULTADOS	60
Análisis de contenido de las piezas transmedia seleccionadas	61
Análisis de entrevistas	75
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	82
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	94
FUENTES DE INFORMACIÓN	95
ANEXOS	

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo conocer y explorar las implicancias que tienen las **NARRATIVA TRANSMEDIA** en la producción de contenido periodístico del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.

Con este estudio queremos demostrar la importancia que tienen hoy en día las narrativas transmedia y su utilización en aulas universitarias, proyectos independientes y medios de comunicación.

Diseño: estudio de caso; paradigma: interpretativo; enfoque: cualitativo; técnica de recolección de datos: entrevista y análisis de contenido; instrumentos: cuestionario y ficha de análisis de contenido. En esta investigación se contó con una población conformada por 97 productos desarrollados en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' y la muestra está conformada por siete productos del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.

Asimismo, la muestra de especialistas está compuesta por tres expertos en el estudio de la narrativa transmedia: Juan Mascardi, director de las licenciaturas en Periodismo, Producción y Realización Audiovisual de la Universidad Abierta Interamericana, Rosario, Argentina; Juliana Colussi, directora del Programa de Periodismo de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, en Colombia; Carlos Terrones, director del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'. Para la selección de la muestra se usó el muestreo por conveniencia o criterio.

PALABRAS CLAVES

Narrativa transmedia, narrativa digital, convergencia de medios, laboratorio de medios, nuevas narrativas, nuevos perfiles profesionales, transmedia storytelling, redes sociales, hipermedia, hipertextualidad, intertextualidad, multimedialidad, interactividad.

ABSTRACT

The aim of this research work is to recognize and explore the implications of the TRANSMEDIA NARRATIVES in the production of journalistic content of the project "We are Russia 2018"

With this study, we want to demonstrate the importance of transmedia narratives nowadays and their use in university classrooms, independent projects and media.

Design: case study; paradigm: interpretive; approach: qualitative; data collection technique: interview and content analysis; instruments: questionnaire and content analysis sheet. In this one, a population of the population was made up of 97 products developed in the transmedia project 'We are Russia 2018' and the sample is made up of seven products of the transmedia project 'We are Russia 2018' units of analysis.

Likewise, it is made up of three experts who specialize in the study of transmedia narrative: Juan Mascardi, director of the licenses in Journalism, Audiovisual Production and Realization of the Inter-American Open University, Rosario, Argentina; Juliana Colussi, director of the Journalism Program of the School of Human Sciences of the Universidad del Rosario, in Colombia; Carlos Terrones, director of the project 'We are Russia 2018'. For the selection of the sample, sampling by convenience or criteria was used.

KEYWORDS

Transmedia narrative, digital narrative, media convergence, media laboratory, new narratives, new professional profiles, transmedia storytelling, social networks, hypermedia, hypertextuality, intertextuality, multimedia, interactivity.

INTRODUCCIÓN

En la última década y debido a los constantes cambios en la sociedad digital, el periodismo ha ido evolucionando en la elaboración de noticias y su impacto en el público usuario. En sus inicios, la imprenta fue la primera herramienta para transmitir información, pasando luego por el periódico, la radio, la televisión y, últimamente, las redes sociales, las herramientas digitales y en este panorama entran a tallar las narrativas transmedia. La narrativa transmedia probablemente sea un término nuevo en nuestro país, sin embargo, en Estados Unidos y algunos países de América Latina han estudiado su evolución, aporte y también han realizado proyectos de narrativa transmedia de gran relevancia en la región.

Realidad problemática

Los medios especializados en deportes en Iberoamérica han informado de una sola manera a su audiencia: las cadenas televisivas emiten su programación valiéndose de informes, entrevistas y transmisiones en vivo; las estaciones radiales relatan la noticia del día a través de sus reporteros; los periódicos publican sus reportajes del acontecer diario; y las plataformas digitales difunden información de última hora en sus redes sociales. Más aun hemos sido testigos de esta cobertura tradicional en algunos eventos de alcance global, como los juegos olímpicos o el mundial de fútbol, mostrando una gran brecha en la innovación periodística.

No obstante, medios estadounidenses y europeos como The New York Times, ESPN, Sports Illustrated y Bleacher Report (Estados Unidos); la agencia France Presse y L'Équipe (Francia); BBC, The Guardian y Eurosport UK (Inglaterra); El Enganche (España) y La Gazzetta dello Sport (Italia) han apostado por utilizar las nuevas narrativas en sus contenidos en Internet, logrando conectar con su público,

quienes consumen información en múltiples pantallas. En cambio, en Latinoamérica escasean las *startups* y medios especializados en narrar novedosas historias en diversas plataformas de comunicación.

Además, es importante precisar que los emprendimientos que apuestan por la innovación se fortalecen con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Mientras que un buen porcentaje de los medios tradicionales posiblemente evitan realizar cambios estructurales en su manera de informar debido al miedo de incursionar en este tipo de tecnologías o por desconocer el poder de las nuevas formas narrativas.

En la actualidad, la información es tan veloz en los medios de comunicación que requiere que los medios tomen decisiones para mantenerse vigentes y rentables, acorde al nuevo modelo de negocios, donde prima el entorno digital. Un caso que evidencia este proceso fue el diario El País (España), que anunció su circulación impresa semanalmente dentro de unos años y su apuesta por la plataforma digital como su principal fuente de ingresos.

Ante la crisis de lectoría y ventas que están viviendo los medios impresos en el mundo, gran parte de la industria editorial ha virado su producción hacia los dispositivos móviles, que actualmente genera *engagement* en los usuarios de Internet, motivo por el cual los medios de comunicación analizan sus estrategias y crean plataformas y nuevos productos para satisfacer sus necesidades. En ese sentido, dentro de los cambios que se avecinan en la era digital está la convergencia, donde se crean contenidos para múltiples medios.

Por esta razón, la adaptabilidad que debe tener el comunicador para surgir en el periodismo actual está muy ligado al entorno multiplataforma. En base a estos planteamientos, surge la narrativa transmedia, cuyo término fue estudiado por el

especialista norteamericano Jenkins (2009), quien planteó que este tipo de relato es producido para productos multiplataformas y de esta manera puede contribuir en comprender nuestro entorno.

También, Barredo, Zurita y Trámpuz (2017) señalan que esta definición utiliza las bondades de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para que las personas naveguen y encuentren un contenido variado en las distintas plataformas de comunicación.

Asimismo, esta investigación es importante porque permite resaltar su enseñanza y práctica en aulas universitarias, como proyectos independientes y redacciones digitales de medios de comunicación. El trabajo analiza el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', que aplicó las narrativas transmedia en la producción de su contenido multiplataforma relacionado al Mundial Rusia 2018. A lo largo de este evento deportivo se desarrollaron crónicas, entrevistas, podcast, caricaturas, fotos y videos 360° y cómic. Todo el contenido fue compartido en las redes sociales Instagram, Twitter, Facebook y YouTube.

Formulación del problema

Problema principal

¿Cuáles son las características de la **NARRATIVA TRANSMEDIA** en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"?

Problemas específicos

¿Qué elementos de la **CONVERGENCIA DE MEDIOS** tienen presencia en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"?

¿Qué elementos de la **NARRATIVA DIGITAL** están presentes en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"?

¿Qué **REDES SOCIALES** tienen mayor presencia en el proyecto “Nosotros Somos Rusia 2018”?

Objetivos de la investigación

Objetivo principal

Conocer cuáles son las características de la **NARRATIVA TRANSMEDIA** en el proyecto “Nosotros Somos Rusia 2018”

Objetivos específicos

Establecer qué elementos de la **CONVERGENCIA DE MEDIOS** tienen presencia en el proyecto “Nosotros Somos Rusia 2018”.

Determinar qué elementos de la **NARRATIVA DIGITAL** están presentes en el proyecto “Nosotros Somos Rusia 2018”.

Identificar qué **REDES SOCIALES** tienen mayor presencia en el proyecto “Nosotros Somos Rusia 2018”.

Justificación de la investigación

La presente investigación se justifica en la medida que permite conocer una de las nuevas formas de relatar noticias en el campo periodístico y que su estudio es importante en la actualidad porque tiene alcance en el entorno académico y periodístico.

Importancia de la investigación

Luego de analizar los resultados de la presente tesis, se podrá dar a conocer el importante rol de las nuevas narrativas en el periodismo actual, así como la utilización de las TIC y múltiples plataformas que aplicarán los estudiantes de comunicación y periodistas.

Desde el punto de vista periodístico:

La labor del periodista actualmente demanda no solo dominar técnicas de redacción, sino cumplir la función de un productor de información para diferentes plataformas de comunicación. Asimismo, tener destreza y habilidades para crear contenidos en campos como la fotografía, edición de audio, video y fotos, manejo de cámara de video, redes sociales y herramientas digitales.

Desde el punto de vista social:

La realización de contenido a través de las narrativas transmedia es importante estudiarlo, porque va dirigido a los nativos digitales, quienes utilizan el Internet para informarse e interactuar con otros usuarios en diversas plataformas de comunicación y medios digitales.

Viabilidad de la investigación

Disponibilidad de recursos materiales: El estudio tuvo como fuentes de información: libros, artículos científicos y tesis, que dimensionaron el estudio de las narrativas transmedia.

Tiempo disponible: El tiempo de la investigación fue programada por el departamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres.

Limitaciones del estudio

En el desarrollo de la tesis no se presentaron inconvenientes, porque la Narrativa Transmedia con respecto al proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' es un tema de riguroso estudio en Iberoamérica y fue objeto de interés por parte de las fuentes consultadas, quienes ayudaron a consolidar la investigación.

Uno de los importantes proyectos de narrativa transmedia en nuestro país ha sido realizado por estudiantes de la Universidad de San Martín de Porres, integrantes del portal deportivo Aficionline, quienes crearon el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', donde se unieron alumnos y profesores de siete universidades de Argentina, Colombia, España y Perú para contar novedosas historias del Mundial Rusia 2018. La investigación se esquematizó de la siguiente manera:

En la introducción se desarrolla esquematización de capítulos, así como el Planteamiento del Problema, que incluye: descripción de la realidad problemática, formulación del problema, objetivos, así como justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

En el Capítulo I, denominado Marco Teórico, se presentan los antecedentes de la investigación, se plantean las bases teóricas fundamentales que permiten el análisis de las variables de estudio, definiciones conceptuales

En el Capítulo II, incluye la formulación de las hipótesis y definición operacional de variables.

En el Capítulo III, denominado metodología se presenta el diseño, el tipo, nivel, y método de la investigación, así como población, muestra, y técnicas e instrumentos de recolección, procesamiento de datos, así como aspectos éticos. del presente estudio.

En el Capítulo V, se genera la presentación de análisis y resultados a través de la prueba de hipótesis.

En el Capítulo VI, se expone la discusión de resultados.

Finalmente, se formulan y proponen las conclusiones y recomendaciones emanadas de la presente investigación, que permitirá mostrar la descripción de la

Narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'. Así como las fuentes de información y anexos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes internacionales

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

En el presente estudio se investiga la evolución de Internet en Latinoamérica y la diversidad de plataformas digitales, audiovisuales e impresas. Además, resalta el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) por parte de los nativos digitales, quienes interactúan a través de las múltiples plataformas.

En la metodología del trabajo en mención se puede encontrar una investigación de enfoque cualitativo.

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

En esta tesis se examina el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) y cómo las redes sociales han logrado calar

en la población. Además, pone relevancia el uso de los smartphones en el periodismo como un nuevo lenguaje.

Ante ello, el nuevo perfil del periodista digital implica tener vastos conocimientos tecnológicos para tener un mayor dominio de los aparatos móviles.

La metodología utilizada en la tesis titulada “Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: Representación y participación periodística en el nuevo contexto social” se puede encontrar una investigación de enfoque cualitativo.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Terrones (2015) en su tesis de maestría, titulada *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*, publicada en la Universidad de San Martín de Porres, Perú.

La finalidad de esta investigación es abordar el periodismo transmedia como una nueva forma de relatar hechos periodísticos a través de diversas plataformas de comunicación.

Y uno de los apartados donde explica los cambios en la sociedad digital es la presencia del usuario en Internet, quien no solo utiliza las redes sociales para informarse, sino que crea su propio contenido y lo comparte entre sus contactos.

Dentro de la metodología se puede encontrar una investigación de diseño no experimental, de nivel descriptivo y correlacional, de tipo aplicativo, de método inductivo, deductivo, analítico, estadístico y hermenéutico, técnica encuesta, instrumento cuestionario, población y muestra del presente estudio son 30 estudiantes del Taller de Periodismo Deportivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres y de enfoque cuantitativo.

Díaz (2019) en su tesis de maestría, titulada *Relación de la narrativa transmedia y el tratamiento de la información a través de la plataforma web de RPP*, publicada en la Universidad de San Martín de Porres, Perú.

El motivo de este trabajo es establecer la conexión existente entre la narrativa transmedia y el tratamiento de información mediante la producción de contenidos en la página web de RPP.

Por ello, se puede afirmar que, en sus diversos informes especiales, reportajes, publicaciones y notas multimedia, este medio de comunicación hace uso del storytelling en sus contenidos periodísticos.

En su metodología se puede encontrar una investigación de diseño no experimental, de nivel descriptivo y correlacional, de tipo básico, de método analítico y estadístico, técnica encuesta, instrumento cuestionario, población y muestra de 40 periodistas que generan contenidos del área digital de la plataforma web del grupo RPP, y de enfoque cuantitativo.

Artículos científicos

Scolari y Establés (2017) en su artículo científico titulado “El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas”, en *la Revista de Comunicación*, publicada en la Universidad de La Sabana, España.

Este artículo analiza una de las series más populares en España: El Ministerio del Tiempo, siendo uno de los ejemplos más novedosos de narrativa transmedia producidos en español.

Asimismo, se hizo un análisis a la serie que contó con dos aspectos controversiales: comprender la baja sintonía que había obtenido ‘El Ministerio del Tiempo’ y resaltar el gran alcance de los usuarios en las redes sociales.

Carrizo y Diaz (2015) en su artículo científico, titulado Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia, publicada en la Revista de comunicación y tecnologías emergentes, España.

El motivo de la investigación es establecer un análisis en la estructura de las narrativas transmedia, donde se hace una revisión de diversos autores y un análisis de contenido con el objetivo de crear un modelo propio.

En ese sentido, el texto realiza una comparación de distintos autores que proponen diversos conceptos que describen el término de narrativa transmedia.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Teoría de la comunicación

1.2.1.1. Teoría de la sinapsis algorítmica reticular expansiva (SARE)

Actualmente, los usuarios tienen la opción de experimentar con nuevas formas narrativas a través de los sentidos, ya sea leyendo una crónica, escuchando un podcast y observando videos interactivos mediante la tecnología móvil. En ese sentido, Flores (2014) afirma lo siguiente: “La SARE parte de la base de los nuevos estímulos sensoriales a los que está expuesto el cerebro humano en su relación con las tecnologías digitales, funcionando como la película de una cámara expuesta a una imagen” (p.56). Para el autor peruano, esta teoría plantea que el cerebro humano relaciona los estímulos visuales, auditivos y táctiles cuando experimenta con aplicaciones, herramientas digitales y las redes sociales.

Asimismo, compara las conexiones que tienen los productos transmedia y los usuarios con el proceso neuronal que se da en el cerebro humano. En este sentido, plantea un escenario didáctico al explicar cómo se origina el proceso de consumo de los productos transmediáticos por parte del público usuario (nativos

digitales), utilizando como analogía el cerebro humano, que al interrelacionarse con las neuronas y el proceso de la sinapsis crea un circuito de estímulos que se unen en torno a una idea central (historia).

1.2.2. Narrativa transmedia

Para desarrollar este novedoso concepto de narrativa transmedia es necesario estudiar el origen de la palabra transmedia, el cual ha sido definido por distintos académicos como una nueva forma de relatar historias en múltiples plataformas y lenguajes. Marsha Kinder (1980) fue la primera en definir este término de la siguiente manera: “El concepto de transmedia se refiere a un conjunto de elementos narrativos y no narrativos que se extienden a través de múltiples plataformas tecnológicas y de medios”. (p.134)

Según la investigadora norteamericana, el transmedia contempla su origen en el campo narrativo y también en el no narrativo, además se enfoca en expandir su contenido en diversas plataformas y medios de comunicación.

Con los años, el concepto ha ido variando y fortaleciendo su definición. Flores (2014) agrega que “el concepto transmedia implica estudiar una nueva forma de narración, concebida para contar historias a través de múltiples plataformas, formatos y medios y cuya característica es que cada medio utiliza su propio lenguaje”. (p.50). De acuerdo con el investigador peruano, este término comprende todas las plataformas, formatos y medios posibles para contar una historia; usando un lenguaje distinto para cada producto.

Luego de cimentar el concepto de transmedia, podemos entrar al vasto mundo de las narrativas transmedia y su incidencia en el campo de las comunicaciones. Renó y Flores (2014) destacan sus inicios de la siguiente manera:

La narrativa transmedia surge en 1975 a partir de una experiencia desarrollada por Stuart Saunders Smith bajo el nombre de Transmedia music (Renó y Flores, 2012), mezclada con la idea de Marsha Kinder (1991) sobre intertextualidad transmedia, teniendo en cuenta los conceptos de dialogismo de Mikhail Bakhtin (1997). En 2006, el concepto fue fortalecido por Henry Jenkins, quien popularizó la idea de transmedia storytelling (conocida también como narrativa transmedia) en su libro *Convergence Culture*. (p.116)

En base a estos autores, se puede llegar a la conclusión de que el concepto de las narrativas transmedia han recorrido un largo camino, se ha deconstruido y evolucionado con el paso de los años; partió de un elemento no narrativo y luego se afianzó en lo narrativo, con el valioso aporte de académicos que mejoraron e instauraron esta idea en la escena mediática.

Bajo este recuento de autores y conceptos se puede inferir que la narrativa transmedia es una novedosa propuesta del periodismo en la era digital y se ha abierto paso entre un público joven, acostumbrado a informarse y entretenerse a través de las redes sociales en esta última década. En el transcurso de estos años varios autores han definido este concepto con diversos enfoques, sin embargo, el primero en acuñar la palabra narrativa transmedia fue el académico norteamericano Jenkins (2008), quien precisa sobre este punto 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. Idealmente cada medio hace su contribución única al desarrollo de la historia. (p.22)

A partir de este concepto, el término representa una innovadora forma de narrar una historia mediante diversas plataformas de comunicación, que luego serán compartidas por los usuarios de Internet.

a. Características de la narrativa transmedia

En su misma línea, Jenkins (2008) desarrolla las principales características de las narrativas transmedia:

Cada elemento debe ser autónomo (“no necesitas ver la película para disfrutar del videojuego y viceversa”); en su forma ideal, cada elemento hace una contribución única y específica al desarrollo de la totalidad; cualquier producto dado es un punto de entrada a la historia; la transmedialidad permite extender la historia a nuevos espacios y nuevos consumidores; y los usuarios participan como co-creadores. (p.13)

Para el investigador norteamericano, las narrativas transmedia tienen entre sus elementos unificadores la autonomía en el desarrollo de un producto, que confluye en la misma historia narrada con la participación de los prosumidores. En su investigación, Pratten (2011) coincide con Jenkins (2008) sobre las bases de las narrativas transmedia, sin embargo, remarca una mayor incidencia respecto a la participación de los usuarios, aunque también considera que algunas veces no ocurre. “La narrativa transmedia es una forma de contar una historia a través de múltiples medios y preferiblemente, aunque no siempre sucede, con un grado de participación, interacción o colaboración del público” (p.2). Sobre este aporte, el consultor británico destaca el papel del usuario en la co-creación del contenido

publicado en redes sociales y su implicancia en la extensión de la historia. Por su parte, Moloney (2011) afirma que las narrativas transmedia siempre han estado presente en la sociedad y se definen desde una perspectiva universal y amplia para entender las etapas más importantes de nuestra historia. En ese sentido, Renó y Flores (2012) ahondan más por los inicios de este término, definiéndolo de la siguiente manera:

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)

Ambos autores hacen énfasis en la unión de dos conceptos para explicar el origen de la narrativa transmedia; asimismo su enfoque en la ficción y en el campo periodístico. En esa misma línea de pensamiento, Renó y Flores (2012) conceptualizan este novedoso término de la siguiente manera:

Una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje. Por tanto, se adoptan recursos audiovisuales, interactivos y de movilidad y su difusión a partir de distintos medios, como los blogs y las redes sociales. (p.16)

Los investigadores de Brasil y Perú resaltan que las narrativas transmedia encadenan un proceso comunicativo, que parte de una narrativa y se distribuye en

diversos medios para lograr un engagement, el cual es de suma importancia porque genera la participación activa del público usuario.

En base a esta definición, Renó y Flores (2012) plantean algunas características de las narrativas transmedia:

Es un formato de estructura narrativa; es una gran historia compartida en fragmentos; sus fragmentos son distribuidos entre múltiples plataformas de medios; permite que la historia sea expandida; circula por las redes sociales; apoya esta distribución en la estrategia denominada “viral”; y adopta como herramienta de producción dispositivos móviles como teléfonos celulares y tabletas. (p.12)

De acuerdo con su planteamiento, ambos académicos coinciden en crear productos con distintos lenguajes y dirigido hacia diferentes medios, cuyo objetivo es que los usuarios puedan interactuar en las redes sociales utilizando múltiples pantallas. Scolari (2013) coincide con lo expuesto por los anteriores autores y enfatiza que:

La narrativa transmedia se trata de un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas. El transmedia storytelling propone una experiencia común que abarca diferentes medios y dispositivos, todos ellos unidos por un hilo narrativo. En las narrativas transmedia el relato se expande de un medio a otro y cuenta con la participación activa de los usuarios. (p.58)

Para el investigador argentino, este concepto parte desde una historia única y se vale de distintas plataformas de comunicación para interactuar activamente con las personas en las redes sociales.

Sin embargo, Flores (2014) orienta su definición hacia la parte lúdica, como una de las expresiones en la producción de este tipo de contenidos. También infiere que uno de los principales objetivos del *transmedia storytelling* es incursionar en campos tan disímiles como el audiovisual, impreso, de las nuevas tecnologías, apps y juegos electrónicos que rompen las plataformas de comunicación antiguas y actuales. Said-Hung, Römer y Valencia-Cobos (2014) hacen énfasis en sumar capas a la historia narrada y que el usuario tenga más herramientas para redireccionar el contenido, que actualmente no solo es dirigido hacia las computadoras, sino también a los móviles. Por su parte, Liuzzi (2015) destaca las bondades del contenido transmediático y las compara con una orquesta sinfónica, donde cada producto o instrumento es apreciado individualmente, sin embargo, al complementarse con los demás genera un mayor impacto en la audiencia. Para Barredo, Zurita y Trámpuz (2017), la producción de este tipo de contenido requiere un conocimiento previo en temas comunicacionales, por ello indican que:

Se trata de enfatizar el desarrollo de competencias específicas relacionadas con un manejo elevado de narrativas propias del aprovechamiento de las TIC como la llamada narrativa transmedia (Jenkins, 2007; 2008), que favorece el entretenimiento de los usuarios a través de la integración de las particularidades de cada soporte mediático.
(p.50)

De esta manera, concluyen que la capacitación, producción y publicación de nuevas narrativas, sumado a un manejo adecuado de las TIC, harán que el público usuario se interese en esta novedosa forma de narrar noticias. Por otro lado, López y Aramburú (2018) plantean un concepto más completo al referirse a este tema, afirmando lo siguiente:

La narrativa transmediática, según Pilar Irala Hortal (2014, pp. 147-148), es una fórmula de comunicación multimedia e hipertextual basada en la transmisión de un contenido, una historia o pieza periodística, a través de diferentes medios (imagen, audio, video), respetando las propias fórmulas de expresión de cada uno de ellos. Asimismo, se caracteriza por la búsqueda de la participación del lector/espectador. (p.198)

Con esta definición, los investigadores españoles abordan la producción de contenido, sus plataformas y la participación del público usuario para demarcar la correcta utilización de la narrativa transmedia. De acuerdo a los autores anteriormente mencionados, se puede llegar a la conclusión que las narrativas transmedia requieren un manejo adecuado de los soportes y plataformas, asimismo, el tratamiento informativo puede ser de ficción y no ficción; y la participación activa de los usuarios en Internet, quienes cumplen un papel importante replicando la historia en múltiples redes sociales.

b. Guion transmedia

Es una especie de hoja de ruta que sirve para poder guiar la trama y estructura que se va a desarrollar en un proyecto transmedia. Sobre este punto, Martín (2017) resalta la labor de Lovato, quien destaca que el guion transmedia es importante porque detalla los distintos contenidos que se desarrollarán a lo largo de este tipo de producciones; además de crear un universo narrativo donde coincidan la narrativa, las plataformas y la interacción de los usuarios.

1.2.2.1. Convergencia de medios

En esta última década, la masa de audiencia en Internet ha propiciado grandes cambios en la sociedad, debido a que han dejado de consumir

televisión, radio y prensa escrita para orientar su interés hacia los medios digitales. Ante esta evolución, los medios tradicionales han tenido que adaptar rápidamente su forma de trabajo e incorporar el chip tecnológico en la producción de noticias en estos tiempos de Internet y tecnologías de la información. En este panorama, los periodistas han adquirido nuevos conocimientos y destrezas de la era digital, que los han convertido en productores de información multitareas o multitasking. La convergencia ha llegado para agilizar los procesos que se venían realizando en los medios de comunicación y propulsar un cambio acorde a la innovación tecnológica que se vive en la actualidad. Al respecto, Killebrew (2005) sostiene: “La convergencia implica realmente entender que a los comunicadores se les va a pedir que produzcan o escriban historias de una forma distinta a la de su entrenamiento tradicional o al trabajo que realizaban regularmente” (p.12). Para el académico norteamericano, este concepto se basa en la capacidad de adaptación que tiene un periodista para contar historias de manera novedosa en múltiples plataformas.

A diferencia de Killebrew, Barajas (2013) se enfoca más en el uso de los múltiples canales. Lo plantea de la siguiente manera: “Convergencia es la concentración y multifuncionalidad de los dispositivos para diferentes usos y lenguajes tecnológicos” (p.282). Sobre este punto, el investigador mexicano resalta las diversas utilidades y funciones que tienen las plataformas de comunicación para la creación de nuevos modelos narrativos.

Después de explicar el término convergencia, nos enfocaremos en desarrollar los alcances de la convergencia de medios, las múltiples pantallas y su aplicación en el periodismo. Telo (2005) planteaba una visión apocalíptica sobre la convergencia de medios -en pleno auge del Internet en aquellos años-,

porque no preveía los cambios tan abruptos que iban a ocurrir con la presencia del Internet en los medios, incluso dudaba de que todo iba a converger en una sola producción dirigida hacia múltiples plataformas.

García (2006) profundiza las virtudes de la convergencia de medios, relacionándolas con la producción que se desarrolla en los distintos medios de comunicación y aglutina los distintos productos desarrollados en una noticia, como texto, audio y video en un lenguaje narrativo que será publicado en el soporte digital. Por su parte, Flores (2014) sostiene que este novedoso término debe desarrollarse en los laboratorios de comunicación de las universidades, más conocidos como medialabs (o laboratorios de periodismo), lugares habituales para desarrollar productos tecnológicos donde se ponga a prueba la innovación periodística. De acuerdo a los distintos autores que han investigado este tema, se puede asegurar que existe una necesidad de seguir investigando los beneficios que aporta la convergencia de medios al campo de las Ciencias de la Comunicación y al Periodismo, como entes de formación y difusión de los grandes cambios que se están dando en la sociedad.

a. Laboratorio de medios

Es un espacio de innovación donde se investiga, planifica, produce y analiza las diversas formas narrativas que presentan los medios de comunicación dentro del contexto de la convergencia. Y en la última década, las universidades han sido el lugar donde alumnos y profesores experimentan los cambios que van surgiendo producto de la convergencia de medios y las nuevas tecnologías. En ese sentido, Flores (2014) señala que:

Los laboratorios de medios (también conocidos como medialabs) se han vuelto cada vez más necesarios, por no decir imprescindibles. El papel

corresponde a las facultades de comunicaciones o escuelas de periodismo, aunque no siempre es así. Los laboratorios de medios tienen unos roles establecidos que se desprenden de las necesidades que surgen como consecuencia de la integración de redacciones y medios. (p.25)

Según el académico español, la presencia de los laboratorios de medios son una pieza fundamental en la industria de las comunicaciones. Asimismo, agrega que la responsabilidad de su creación no solo recae en la universidad, sino en los propios medios de comunicación, que experimentan continuamente con las nuevas narrativas debido a la convergencia de medios. Martín y Mellado (2016) orientan su definición al campo social y no se enfocan en los beneficios de la producción e investigación de los *medialabs* en la industria de los medios, sino en el aporte cultural que brindan a la sociedad. Jiménez-Narros (2018) coincide con Flores (2014) respecto a los espacios de producción de estos tipos de contenidos. Sobre este punto, señala que:

Los laboratorios de medios conocidos como “labs” no son sólo una tendencia en los centros de enseñanza de muchos países, sino que algunos medios de comunicación también los han incorporado como nuevos espacios de trabajo profesional, poniendo el foco en la experimentación. El proceso de cambio continuo y adaptación al contexto digital ha fomentado el desarrollo de nuevas fórmulas, apostando por la innovación. (p.41)

En la cita anterior, el académico hace énfasis en la capacidad de experimentación que se desarrolla en los laboratorios de medios; y los espacios naturales donde se fomenta esta producción se manifiesta en las universidades y también en los medios de comunicación, quienes han incorporado nuevos perfiles

y áreas dedicadas a promover nuevas formas de comunicación. Jaramillo, Hincapié, Cadavid y Arciniegas (2019) destacan que los *medialabs* requieren de la colaboración de los ciudadanos para dar a conocer sus investigaciones y experimentar con las nuevas narrativas; asimismo, la sociedad se vincula con este tipo de plataforma de comunicación, debido a su carácter productor y difusor de historias. Según los distintos autores que se han referido a esta definición, los laboratorios de medios son una realidad para los tiempos digitales que vivimos actualmente y los centros de producción de este novedoso tipo de contenidos son las universidades y los medios de comunicación. También hacen referencia al vínculo que deben tener los *medialabs* con la sociedad, donde ambos aportan a un mismo fin.

b. Nuevas formas narrativas

La incursión de la web 2.0 y la tecnología ha hecho que se agilicen los procesos en la producción de noticias; asimismo, la utilización de los hipervínculos y elementos multimedia ha fomentado la aparición de nuevas formas narrativas acorde a la convergencia de medios presente en estos años. Molano y González (2009) definen este concepto de la siguiente manera: “Las nuevas formas narrativas no se asocian necesariamente a la mejora de contenidos, sino más bien a las tecnologías de la imagen, esenciales para la formación de la percepción y la comprensión de la realidad” (p.136)

Los autores enfocan su atención en el plano visual de una producción multiplataforma, pues a partir de ello conciben que de esta manera entenderán nuestro entorno. Por su parte, Coba (2013) relaciona esta definición a la tecnología con los medios digitales, sosteniendo que:

Es claro que las tecnologías han cambiado la manera tradicional de llegar a los hechos, consultar las fuentes y verificar la información, y que los géneros periodísticos de antaño se han remozado con las posibilidades de los hipervínculos, la multimedia, que han terminado en la concepción de nuevas formas narrativas. (p.667)

Para la docente colombiana, las nuevas formas narrativas son una consecuencia de la irrupción de la tecnología en el periodismo digital, desplazando a las antiguas formas tradicionales de producir noticias. En esa misma línea argumental, Flores (2014) afirma lo siguiente: “El avance imparable de tecnologías y plataformas multimedia obliga a asumir el nuevo lenguaje y narrativas propias del ecosistema multimedia, como consecuencia de la convergencia de medios y formatos” (p.35) El catedrático peruano explica que estos cambios en las plataformas digitales demandan cierta capacidad de adaptación a las nuevas narrativas, propias de la sociedad actual, donde se desarrolla la convergencia de medios. En el libro *Ciberperiodismo. Nuevos medios, perfiles y modelos de negocio en la red*, Flores (2014) menciona cuatro clasificaciones de las nuevas formas narrativas:

i. Multimedia en reportajes periodísticos

En esta característica, Flores (2014) refiere a Cebrián (2005), quien señala que: “se concibe la información multimedia de manera global, independientemente del soporte. No se restringe a un medio, sino a la expresión y configuración de la información: estructura, acceso y relaciones”. (p.43) De acuerdo a lo expuesto por el investigador español, este término se refiere a una información dirigida para múltiples plataformas, que abarca no solamente al medio, sino a su estructura y composición.

ii. Los mashups

Según Flores (2014), este concepto ligado al periodismo digital, infiere que son aplicaciones de geolocalización que pertenecen a la web 2.0 y al periodismo de datos. Entre ellas podemos encontrar mapas de Google, fotografías de Flickr con coordenadas de GPS, que aportan información sobre un tema o suceso en particular a los usuarios de Internet.

iii. Periodismo de datos

Sobre este punto, Flores (2014) cita a Salinas (2013), quien desarrolla el siguiente concepto:

El periodismo de datos consiste en el uso de bases de datos, estadística y herramientas de visualización para crear y contar mejor una historia. Es novedosa y atractiva para la audiencia de Internet. Se trata de la evolución de lo que hace unos años era conocido como periodismo de precisión o periodismo de escritorio. (Flores y Salinas, 2013, p.44)

Los académicos definen este concepto como el uso de bases de datos, estadísticas y herramientas de visualización para narrar de manera atractiva una historia en Internet.

iv. Narrativas transmediáticas

En la publicación *Ciberperiodismo. Nuevos medios, perfiles y modelos de negocio en la red*, Flores (2014) considera a este novedoso concepto como parte de las nuevas formas narrativas. Además, añade que es un proceso donde todos los elementos de ficción y no ficción se distribuyen en diversas plataformas de comunicación para tener una experiencia multimedia e interactiva con los usuarios.

Luego de un recorrido por distintos autores, podemos afirmar que las nuevas formas narrativas son la consecuencia de utilizar las bondades de la tecnología en

el proceso de narrar noticias en el campo del periodismo digital actual. En ese camino, los medios de comunicación han tenido que adaptarse a la incursión de plataformas multimedia, donde se desarrollan productos para distintos públicos y se privilegia la visualización de datos a gran escala.

b. Perfiles profesionales para nuevos medios

El periodismo digital cada año sufre una serie de cambios en su arquitectura, usabilidad, plataformas y narrativa, con el fin de llegar a nuevos públicos. Y en esa evolución, cada vez es más importante la presencia de profesionales adaptados al mundo digital y multimedia, enfocados en un usuario que es más dependiente de las redes sociales. En este sentido, Flores (2014) plantea la siguiente definición:

El nuevo perfil profesional del periodismo debe basar su formación en un modelo más vanguardista e innovador. Los nuevos roles de la profesión exigen que el periodista deba continuar ejerciendo la intermediación entre la audiencia y los medios en un contexto cada vez más digital y multimedia. Asimismo, debe saber moverse en las redes sociales, entorno que conforma el nuevo panorama de la audiencia. (p.93-94)

De acuerdo con el investigador peruano, los medios tienen la necesidad de contar en sus filas con profesionales capaces de producir contenidos para entornos digitales, con un pensamiento multiplataforma y que cuente con destrezas en el manejo e interacción a través de las redes sociales. Con el transcurso de los años, Flores (2014) señala que varios medios estadounidenses han implementado nuevos perfiles como el reportero móvil (*Mobile Journalist* o *Mojo*), el editor de datos (*Data Delivery Editor*) y el gestor de comunidades digitales (*Community Manager*).

Respecto a estos nuevos puestos de trabajo para medios digitales, el libro *Ciberperiodismo. Nuevos medios, perfiles y modelos de negocio en la red* de Flores (2014) desarrolla los siguientes conceptos:

i. Arquitecto de información

Tramullas (2002) se refiere a este nuevo perfil profesional como el comunicador dedicado a organizar la estructura y contenidos que se presentarán en una web noticiosa.

ii. Gestor de comunidades online (*Community Manager*)

Según Flores (2014), este perfil es cada más utilizado en los medios de comunicación, afirmando que:

Este gestor es la figura que proporciona su intermediación entre los lectores y el medio. La figura del *Community Manager* es un perfil consolidado en los medios de comunicación, aunque algunas organizaciones de noticias están decidiendo que el conocimiento y la funcionalidad de este perfil debe ser realizado por todos los periodistas profesionales. (pp.98-99)

Para el investigador, el *community manager* es el nexo entre la audiencia y el contenido creado por el medio de comunicación. Entre sus características, destaca la interacción con el público usuario, el lenguaje dirigido para cada plataforma de comunicación y por ser la voz de las organizaciones, marcas o industrias mediáticas.

iii. El periodista móvil (*Mobile Journalist*)

Flores (2014) esquematiza la labor de este profesional, argumentando que la labor del periodista o reportero móvil es crucial en estos tiempos donde la noticia se actualiza a cada minuto. Asimismo, asegura que debe estar preparado para

crear contenido multimedia y subirlo al momento para que la audiencia se informe a través de la página web del medio comunicación y también desde sus respectivas redes sociales.

iv. Periodista programador

Para Flores (2014), uno de los principales cambios que se da en la web es la presencia de periodistas que tengan conocimientos de programación, porque es sumamente importante al momento de plasmar y presentar una noticia en plataformas digitales.

v. Diseñador web

Sobre este perfil ligado al trabajo de los diseñadores gráficos en medios digitales, Flores (2014) define lo siguiente:

Este perfil tiene por función diseñar páginas web en diversos formatos, con sus componentes de textos, imágenes, gráficos, animaciones, vídeo e hipervínculos, utilizando programas de diseño y específicos, disponiendo la información de una forma atractiva, útil, actualizada y organizada para los usuarios. (p.101)

El investigador peruano afirma que la labor de los diseñadores web tiene tanta importancia como los periodistas que han narrado la historia. Una de sus funciones es hacer las notas informativas más atractivas para que el usuario navegue y permanezca más tiempo en el sitio web.

vi. Analista web

Gulberti (2012) desarrolla la función de este perfil acorde a los tiempos donde se requiere información sobre la audiencia. Al respecto, sostiene que el analista web tiene que estar capacitado para informar al medio de comunicación, marca o institución sobre las estadísticas de los usuarios que visitan las páginas webs, el

tiempo de permanencia y su ubicación con la finalidad de plantear nuevas estrategias digitales.

vii. Experto en usabilidad

Sobre esta definición, Flores (2014) desarrolla los aportes que brindarán estos profesionales en las plataformas digitales, señalando que: "En el campo de Internet, estos expertos ayudan a garantizar que los sitios web, aplicaciones web, aplicaciones para teléfonos inteligentes y aplicaciones para tabletas sean fáciles y cómodos de usar" (p.102). Para el catedrático peruano, la función que desarrollan los expertos en usabilidad es comprobar que el contenido producido en una página web pueda visualizarse óptimamente en múltiples pantallas. Ante lo expuesto por los distintos autores y en tiempos donde la carrera de Ciencias de la Comunicación requiere una capacitación constante, han surgido nuevos puestos laborales para los periodistas que desarrollan su trabajo en medios digitales.

Actualmente, se requiere un periodista con conocimiento para plantear la estructura de una página web, diseñar nuevos lenguajes y narrativas para contar una historia, tener destrezas y habilidades para publicar una noticia en múltiples plataformas y que tenga una orientación para dirigirse a las audiencias a través de las redes sociales.

1.2.2.2. Narrativa digital

Conocida también como *digital storytelling*, propone la creación de historias narradas utilizando elementos multimedia, como imágenes, sonido, fotografía digital y video. Al respecto, Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz, Salaverría-Aliaga (2010) citan a Deuze (2003), afirmando que: "La narrativa digital utilizando múltiples medios es concebida como un elemento potencial pero no definitorio del periodismo online". (p.572). Para los catedráticos españoles, el concepto de

narrativa digital surge cuando empezó a afianzarse la web 2.0 y ya se visionaba su importancia en el periodismo en Internet.

Por su parte, Ordóñez (2013) se enfoca en la parte visual de la historia y desarrolla su concepto a partir de la unión de imágenes producidas en un mensaje con distintos fines. Para López (2014), la narrativa digital no solo aborda la parte visual, sino también lo multimedia. Sobre este punto, considera que: “La narrativa digital se caracteriza por la interactividad, el uso de diferentes elementos como imágenes, animaciones, audios y recursos, el dinamismo y la discontinuidad. Nuevos medios y lenguajes conllevan a nuevas formas de narrar”. (p.29). La investigadora argentina basa su posición respecto a la narrativa digital en torno a la capacidad multimedial que tiene para difundir su mensaje, en tiempos donde las plataformas ayudan a interactuar con nuevos públicos.

Acosta (2018) coincide con López (2014) en la integración de la producción multimedia relacionado a este concepto, donde plantea la unión de lenguajes y discursos, apoyados en recursos tecnológicos utilizados en los medios tradicionales para enriquecer las nuevas narrativas.

Hermann y Pérez (2019) direccionan su definición hacia el lado de las TIC en una historia y plantean que los navegantes en Internet se acostumbran a consumir información audiovisual en producciones periodísticas. De acuerdo a lo mencionado por los distintos autores, se puede afirmar que las narrativas digitales tuvieron su etapa de experimentación con los cambios que trajo la web 2.0; asimismo, la posibilidad de creación a través de productos multimedia y herramientas digitales que permiten la interacción con el público usuario.

a. Intertextualidad

La intertextualidad es la capacidad que tiene una persona para decidir leer un texto y la libertad de poder elegir irse a otro, de acuerdo a sus intereses. En esta línea, Cohen (2002) plantea lo siguiente:

La intertextualidad es el primer elemento que brinda la posibilidad de tener mayor acceso a una información diferente dentro del mismo texto, lo que sin duda le da la posibilidad al lector de establecer su propio ritmo de lectura guiado por sus intereses y no solo por los del escritor. (p.157)

Según la académica estadounidense, este concepto tiene como punto de partida las posibilidades de lectura que tiene un texto y la opción que tiene el lector para elegir otro distinto. Fiske (2012) coincide con Cohen (2002) en el aporte de los conocimientos intertextuales, no obstante, hace énfasis en que los lectores no necesariamente tengan un conocimiento previo sobre la lectura, afirmando que:

La intertextualidad propone que cualquier texto es necesariamente leído en relación con otros y que una gama de conocimientos textuales se evoca para apoyar el proceso. Estas relaciones no toman la forma de alusiones específicas de un texto a otro y no es necesario que los lectores estén (muy) familiarizados con los textos para hacer una lectura intertextual. (p. 482)

El profesor norteamericano señala que la intertextualidad tiene una relación directa entre lector, la lectura y las posibilidades de interacción entre ellas. Sin embargo, afirma que la decisión que toman las personas no se basa en una afinidad con el autor, sino con los textos de su interés. Por su parte, Montoya y

Arango (2015) enfatizan una relación didáctica entre la intertextualidad y la lectura transmedia, que permiten al usuario experimentar en nuevos formatos.

De acuerdo a los distintos autores referidos en este tema, se puede afirmar que la intertextualidad es un proceso cognitivo donde cada usuario elige un determinado texto según sus preferencias y también puede experimentar con elementos transmedia.

b. Hipermedia

Este concepto deviene del relato hipertextual, sin embargo, aporta las características de un producto multimedia. En ese sentido, Landow (1995) señala que “la hipermedia extiende la noción de texto hipertextual al incluir la información visual, sonora, animación y otras formas de información”. (p. 15). Para el investigador estadounidense, la hipermedia es el paso siguiente con la cual vinieron trabajando hace muchos años la definición de intertextualidad. Con la aparición de la era digital, los recursos del texto se diversificaron en elementos multimedia y encontraron un mayor espectro comunicacional. Beneforti y Ainchil (2000) concuerdan con Landow (1995) sobre su alcance multimedia. Al respecto, las investigadoras argentinas afirman que:

La hipermedia es el resultado de la combinación del hipertexto y la multimedia. Tradicionalmente, la idea de hipertexto se ha asociado con la documentación puramente textual, o en todo caso gráfica, por lo que la inclusión de otros tipos de información (vídeo, música, etc.) suele recogerse con el nombre de hipermedia. (pp. 40, 41)

Según las académicas argentinas, este término surge a través de la mezcla del multimedia y el hipertexto, dado que no solo se comprende mediante un texto, sino que utiliza otros recursos digitales como el video, las imágenes y el audio.

Moreno (2012) desarrolla la misma línea de pensamiento que Landow (1995) y Beneforti y Ainchil (2000), donde hace referencia a la confluencia de los distintos elementos intertextuales e hipermediales presentados en una plataforma digital.

Según los conceptos expuestos por los distintos autores, la hipermedia es el relato expandido del texto con recursos multimedia y que encuentra su mayor exposición en el campo tecnológico y digital.

c. Hipertextualidad

Es una de las vías para que el usuario de Internet profundice en la información y decida a qué contenido dirigirse, sea textual o multimedia. En ese sentido, Noci y Salaverría (2003) plantean que: “Es el autor quien propone los itinerarios posibles, pero corresponde al lector elegir la ruta definitiva”. Para los investigadores españoles, los lectores o cibernautas son quienes tienen la libertad de poder navegar en webs noticiosas y decidir si exploran el contenido en su versión de texto, audio, video e imágenes. Por su parte, Salaverría (2005) menciona sobre los inicios del hipertexto y las plataformas a las cuales se dirigía, afirmando lo siguiente:

La paternidad del término se atribuye al pionero norteamericano de las tecnologías de la información Ted Nelson. En los años 60 este visionario acuñó el término ‘hypertext’ en uno de sus artículos, y lo utilizó para describir precisamente un sistema en el que los usuarios pudieran desplazarse libremente por un entorno de texto, imágenes y sonidos.(p.10)

El catedrático español recuerda que este concepto fue utilizado en una investigación en 1960, donde vaticina la diversidad de elementos multimedia que puede utilizar una persona al explorar un texto. López (2009) afirma que no hay una estructura ni secuencia cuando el lector decide consumir un contenido, sea en texto, audio, video e imágenes. De acuerdo a los autores, la hipertextualidad permite reconocer cuando el lector o usuario de Internet utiliza el texto originario para vincularse con otros textos o escoger recursos multimedia para explorar una información.

d. Multimedialidad

La multimedialidad es un conjunto de elementos (video, imagen, texto y audio) que tienen la capacidad de producir contenido multimedia con el objetivo de ser publicado en un medio de comunicación en Internet. Al respecto, Díaz Noci (2001) considera que: “Es la integración en una misma unidad discursiva, de información de varios tipos: texto, imágenes (fijas o en movimiento), sonido, e, incluso, bases de datos o programas ejecutables”. (p.40). De acuerdo al profesor español, esta definición asocia a las ventajas y bondades que tiene un contenido multimedia al publicarse en un medio digital.

Salaverría y Negrodo (2008) coinciden con Díaz Noci (2001) en la integración de los elementos multimedia al referirse a este concepto. Sin embargo, enfatiza en su capacidad comunicativa, señalando que: “La multimedialidad se refiere a la combinación de contenidos y lenguajes. En consecuencia, podemos definir la multimedialidad como la cualidad de comunicar contenidos multimedia”. (p.55)

En este sentido, los académicos españoles definen las características de un producto multimedia de acuerdo a la temática, lenguaje y el usuario final que

consumirá el trabajo periodístico. Salaverría (2019) argumenta que este concepto está muy emparentado con el rigor que se vive hoy en día en la publicación de contenido para las páginas webs y las redes sociales. Ante lo expuesto por los distintos autores, la multimedialidad posee diversos elementos como textos, imágenes, audios, sonidos y videos, los cuales aportan un contenido multiplataforma dirigido al usuario que consume productos digitales en Internet.

e. Interactividad

Es la posibilidad que tiene un usuario en Internet de participar al momento de publicarse un producto periodístico en la web o redes sociales de un medio de comunicación, a través de sus aportes, críticas, interacciones, reacciones y compartidos. En ese sentido, Rost (2006) enfatiza la intervención del público que consume información en los medios digitales:

La interactividad como una capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación de darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad, ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos como de expresión y comunicación. (p.15)

De acuerdo al profesor argentino, este concepto relaciona las intervenciones que tienen los nativos digitales en un contenido específico, de acuerdo a sus gustos e intereses, publicado en Internet. Gonzáles, Fernández y Dasilva (2011) coinciden con Rost (2006) en el papel importante que juegan los usuarios digitales, sin embargo, añaden:

La interactividad y la participación ciudadana son para los medios, no sólo una oportunidad para crear nuevos puentes con sus lectores y usuarios,

sino también un importante reto para no perder su papel referencial en el proceso informativo. (p.4)

En opinión de los docentes españoles, un medio de comunicación cumple la labor de interactuar con nuevos usuarios; además, tiene la misión de informar y crear una corriente de opinión en el público. Por su parte, Salaverría (2019) hace énfasis en el análisis cuantitativo y cualitativo de la participación de los usuarios en una publicación en Internet y redes sociales.

Luego de explorar las diversas opiniones de los autores referidos, podemos inferir que la interactividad tiene una estrecha relación con la información obtenida de los usuarios que navegan e interactúan con los diversos contenidos publicados en Internet y medios digitales.

1.2.3. Redes sociales

Las redes sociales se han convertido en un vehículo de transmisión de información e interacción del público que suele utilizar Internet para comunicarse socialmente. A inicios del siglo XXI, los medios de comunicación utilizaron estas plataformas digitales para compartir sus contenidos multiplataformas y lograr el engagement con sus usuarios. En ese sentido, Diezhandino (2012) afirma lo siguiente:

Las redes sociales le aportan el valor de la primera persona al periodismo, proporcionando fuentes, conversaciones, experiencias personales, relatos, etc. Y al mismo tiempo, esas redes las conforman participantes activos que se reconocen autónomos tanto en la búsqueda de información como en la formación de sus opiniones y las diversas maneras de expresarlas y transmitir las. (p. 71).

La catedrática española considera que las redes sociales tienen una relación muy directa con los usuarios de Internet que consumen noticias, quienes se informan y emiten su opinión en sus plataformas digitales.

González (2012) relaciona esta definición al marketing, donde las marcas necesitan vincularse con sus públicos para promocionar algún producto o servicio. López (2012) añade que las redes sociales son el medio donde los usuarios interactúan con material interactivo y multimedia, creando una comunidad virtual en el ciberespacio. Asimismo, Noguera (2013) sostiene que las redes sociales han sido parte importante para los medios de comunicación en su evolución al mundo digital, trasladando su experiencia periodística tradicional hacia los nuevos usuarios, ávidos de consumir información y replicar en su entorno social. Por otra parte, Martín (2017) señala que son instrumentos que utilizan los medios para llamar la atención de las audiencias a que participen en espacios virtuales. De acuerdo a los distintos autores, las redes sociales han servido como insumo para el campo periodístico como del marketing.

También argumentan que la mejor forma de interactuar con los públicos usuarios ha sido a través de las plataformas multimedia, cambiando la forma tradicional de producir noticias, esta vez dirigidas a un público que necesita informarse instantáneamente y replicar cualquier contenido en su propio entorno digital.

a. Facebook

Esta red social fue creada por el estadounidense Mark Zuckerberg en el 2004 y se convirtió en la más conocida y usada por los jóvenes y adultos en este siglo. Kirkpatrick (2011) señala la intención de su creación de la siguiente manera:

El nuevo servicio para los alumnos de Harvard no era una página [...] como el Friendster, sino una herramienta de comunicación muy básica pensada para solucionar el problema de cómo seguir en contacto con tus compañeros y saber lo que ocurre. (p.40)

El experto estadounidense en nuevas tecnologías sostiene que en sus inicios Facebook tuvo la intención de continuar la comunicación que tenían los alumnos de la Universidad de Harvard en una plataforma en Internet. Por su parte, González (2012) enfoca su punto de vista en la interacción de los usuarios de esta red social. Al respecto, señala que:

Como pudo constatar Mark Zuckerberg, el creador del Facebook, las personas tienen más interés en averiguar qué ha hecho y qué ha opinado una persona a la que conocen que una a la que desconocen. Haberlo percibido habrá sido la clave de su éxito inicial. El fenómeno, a nivel comunicacional, alcanzado por Facebook no se compara al que pueda haber logrado cualquier página de contactos. (p.170)

Según la investigadora brasileña, esta red social tiene la intención de que se interrelacionen personas conocidas por intereses en común que con grupos sociales desconocidos. Saldaña (2013) analiza la evolución que tuvo esta red social, alimentada de otros espacios de interacción en Internet. En ese sentido, afirma que:

El 4 de febrero del 2004, Zuckerberg lanza oficialmente The Facebook al ciberespacio, recogiendo algunos elementos de Course Match y Facematch, 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)

El periodista peruano hace un recuento desde que se fundó Facebook y cómo recogió las mejores prácticas de otras redes sociales en aquellos años. Y de esta manera, le dio una cuota importante de participación a los usuarios de Internet, sumado a la ventaja de la rapidez y usabilidad de la plataforma.

De acuerdo con lo mencionado por los diversos autores, Facebook tuvo en sus inicios un acceso limitado a los usuarios (estudiantes de la Universidad de Harvard), luego abrió su campo de acción a grupos sociales que tienen una relación cercana, con el objetivo de que interactúen entre ellos y logren masificar esta importante red social.

b. Twitter

Esta red social fue fundada por Jack Dorsey en el 2006 en California, Estados Unidos, y sirve para enviar mensajes breves (140 caracteres) e instantáneos a la comunidad de usuarios que visita esta plataforma digital en Internet. López (2012) explica su funcionalidad de la siguiente manera:

Es una herramienta digital que permite enviar breves mensajes de texto (con menos caracteres). Esos mensajes o tuits van llegando a aquellos que se han “suscrito”, configurando la página principal del usuario, llamada cronología, con una mezcla, por riguroso orden de llegada, de los diferentes tuits de las personas a las que uno “sigue”. (p.179)

El comunicador español hace un recorrido de las principales funciones que tiene esta importante red social y su forma de comunicación a través de mensajes cortos hacia sus usuarios. Por su parte, Saldaña (2013) plantea su definición hacia los orígenes de Twitter y la inspiración que tuvieron sus creadores para desarrollar esta revolucionaria forma de comunicación digital. Al respecto, manifiesta que:

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. Se le ocurrió que podía crear una versión más 'en vivo' de esa página, en tiempo real y actualizable desde cualquier parte. (p.69)

Sobre este punto, el periodista peruano señala que esta red social tuvo como referente a otra red con similares características (Live Journal), a la cual potenció con mayor interacción social a nivel global. Zúñiga (2014) puntualiza los recursos gráficos, textuales, hipertextuales y elementos de geolocalización vinculados también a la narrativa transmedia de un producto periodístico que utiliza esta red social.

Asimismo, señala cómo algunos temas pueden generar mayor interacción por parte de los usuarios de Internet. Ante lo expuesto por los destacados autores, Twitter inicialmente fue inspirado por una red social contemporánea, sin embargo, potenció su versatilidad con mejoras en la velocidad e interacción con los usuarios. Además, destacan sus recursos multimedia en el desarrollo de un proyecto de narrativas transmedia.

c. Instagram

Esta aplicación fue creada en el 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger como una plataforma para compartir fotos y videos. En el 2012 da un salto exponencial porque fue comprada por el gigante Facebook y en la actualidad tiene aproximadamente 1000 millones de usuarios. Caerols-Mateo, Frade y Soto (2013) inciden en la estrecha relación entre influenciadores, productos, servicios y los usuarios de esta red. Al respecto, afirman que:

Instagram es una aplicación que facilita la construcción participada de discurso organizativo entre usuarios y marcas, debido al elevado nivel de interacción entre marcas y usuarios, aun cuando dicha construcción, es autorizada por la marca responsable del discurso, ya que gestiona y es responsable en la aplicación de las fotografías que suben los usuarios. (pp 69-70)

Los académicos españoles centran su análisis en el discurso generado entre las marcas y los usuarios, a través de la interacción que se da con el material audiovisual publicado en esta red. Por su parte, Rojas y Panal (2017) asocian esta red como una herramienta para el fotoperiodismo. En ese sentido, señalan lo siguiente:

Instagram puede tener una fuerte vinculación con el fotoperiodismo. La nueva sociedad ofrece a cada prosumer la posibilidad de documentar la realidad instantáneamente con una única herramienta, el smartphone. De esta forma, se conforma como un medio de transmisión de la realidad y a su vez como fuente de información para los medios de periodísticos. (p.19).

Los catedráticos españoles señalan que una de las utilidades de Instagram es su capacidad de documentar la realidad a través de imágenes y por ello pueden beneficiar como fuente a los medios. En tanto, González y Aguaded (2019) detallan las posibilidades técnicas que tienen los usuarios al utilizar las imágenes en esta red social y la interacción que provoca en cada publicación. De acuerdo a lo mencionado por los investigadores, Instagram mantiene una sinergia entre las marcas y los usuarios, también puede servir como un mecanismo para documentar la realidad a través de las imágenes que captura con los smartphones y

periódicamente actualiza sus recursos para que los prosumidores mantengan el engagement con la aplicación.

d. YouTube

Esta plataforma de videos fue creada en Estados Unidos por un grupo de amigos con el objetivo de ser la televisión del futuro en Internet. Al respecto, Antolín (2012) enfatiza en los inicios de esta red:

YouTube Inc. fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en febrero de 2005 en San Bruno, California. Todos ellos se conocieron cuando trabajaban en PayPal¹¹, Chen y Karim como ingenieros, y Chad como diseñador. De acuerdo con Hurley y Chen, la idea de YouTube surgió ante las dificultades que experimentaron al tratar de compartir vídeos tomados durante una fiesta en San Francisco. (p.27)

La catedrática española detalla los orígenes y los principales fundadores de YouTube. Asimismo, expone cómo lograron lanzar este emprendimiento global en Internet. Por su lado, López (2012) plantea el impacto que ha causado esta plataforma en el entorno digital. En ese sentido, señala que: “YouTube se ha convertido en el segundo buscador más importante tras Google. Un espacio web donde los usuarios “dejan” trabajos propios o ajenos de modo que otros puedan compartirlos y verlos” (p.175).

El comunicador español dimensiona la repercusión que genera YouTube en el público usuario que consume videos en Internet. Además, menciona el proceso de redireccionar los contenidos hacia nuevos productos audiovisuales. Gosciola (2019) pone en escena el papel de los creadores de contenidos, quienes producen videos en una comunidad amplia de usuarios, a diferencia de una producción dirigida para la televisión. De acuerdo a lo desarrollado por los autores

Gosciola, Antolín y López, profundizan sobre los orígenes y las dificultades que tuvieron antes de crear esta importante red social. Asimismo, resaltan el papel de los usuarios en el proceso comunicacional al momento de crear un video para esta plataforma; y también señalan la potencialidad que tienen los generadores de contenido en YouTube.

1.3. Definición de términos básicos

Narrativa Transmedia: Es una nueva forma de narrar historias en múltiples plataformas, donde el usuario de Internet interactúa activamente a través de las redes sociales para expandir el relato.

Convergencia de medios: Es el sitio de pruebas de nuevos desarrollos tecnológicos y su aplicación en el periodismo, donde se producen textos, imágenes y productos audiovisuales.

Narrativa Digital: La narrativa digital surge a partir del hipertexto y utiliza las herramientas tecnológicas de la web 2.0 y también está relacionado con el uso de las narrativas audiovisuales.

Redes sociales: Las redes sociales son canales de interacción y distribución de contenidos que se utilizan para llamar la atención de las audiencias.

Laboratorio de medios: Los laboratorios de medios son centros avanzados que desarrollan investigación y análisis sobre los nuevos medios.

Nuevas narrativas: Es la incursión de las redes sociales, las tecnologías y plataformas multimedia en el periodismo digital.

Nuevos perfiles profesionales: Ante el decaimiento del periodismo tradicional, surgen profesionales que están adaptados a los nuevos medios y las necesidades del periodismo en Internet.

Intertextualidad: Es el proceso de interactividad que tiene un usuario de Internet al trasladarse de un texto a otro para tener un mayor conocimiento de un tema.

Hipermedia: Es cuando un usuario no solo interactúa con elementos textuales, sino también con lo audiovisual.

Hipertextualidad: El protagonista es el usuario, quien en un orden no secuencial (rompe lo tradicional de la intertextualidad) decide si permanece en un texto, imagen, audio o video.

Multimedialidad: Es la integración de texto, imágenes y sonidos en un mismo producto comunicacional.

Facebook: Es una plataforma social que permite al usuario difundir diversos contenidos multimedia, como fotos, videos y texto.

Twitter: Es un aplicativo que brinda la posibilidad de compartir material multimedia. Además, sus textos tienen una extensión de 140 caracteres con la opción de publicar fotos, videos y transmisiones en vivo.

Instagram: Es una red social conocida por su contenido multimedia (imágenes y videos).

YouTube: Es una plataforma multimedia e interactiva, en el cual puedes subir videos, compartir historias y tener comunicación con los usuarios que estén conectados a la red social.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

La presente investigación tiene como objetivo analizar los múltiples productos periodísticos desarrollados en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ del portal web Aficionline para determinar si se cumple con el uso de la narrativa transmedia. Esta iniciativa digital nació en mayo a raíz del inicio del Mundial Rusia 2018 y la participación de Perú en este evento deportivo, sumado a otros países participantes como Argentina, Colombia y España. ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ fue producido por estudiantes y docentes de la Universidad de San Martín de Porres (Perú), Universidad del Rosario (Colombia), Universidad de Medellín (Colombia), Universidad Abierta Interamericana (Argentina), Universidad de Palermo (Argentina); Universidad de Castilla–La Mancha (España) y la Universidad de Sevilla (España).

En el mencionado trabajo se narraron historias sobre el Mundial Rusia 2018 a través de múltiples plataformas y entre sus productos destacan crónicas, podcast, entrevistas, cómics, caricaturas, fotos, videos animados y en 360° que se compartieron en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. El enfoque escogido para la investigación será cualitativo, porque se describirán los procesos de producción, comunicación e interacción que se desarrollaron en el proyecto ‘Nosotros Somos

Rusia 2018'. Asimismo, diversos especialistas analizarán la producción transmedia de un trabajo universitario referido a un certamen mundial de fútbol. Según Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014), el uso de esta metodología brinda las herramientas necesarias para recolectar información valiosa en una investigación, así como la capacidad de atribuir un concepto más subjetivo sobre un tema en específico y analizar un caso como experiencia única, que para esta investigación se centrará en la perspectiva de los realizadores del proyecto y el análisis de sus productos.

Para el diseño de la investigación se utilizará el estudio de caso, porque como refiere López y Morante (2004) es el más adecuado para el presente trabajo. Al respecto, el autor señala lo siguiente:

Mediante este método, se recogen de forma descriptiva distintos tipos de informaciones cualitativas, que no aparecen reflejadas en números si no en palabras. Lo esencial en esta metodología es poner de relieve incidentes clave, en términos descriptivos, mediante el uso de entrevistas, notas de campo, observaciones, grabaciones de vídeo, documentos (p.666).

En ese sentido, en la presente investigación se realizarán entrevistas con expertos y análisis de contenido del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'. Asimismo, George y Bennett (2005) sostienen que el estudio de casos es el más apropiado para analizar este tipo de investigación, debido a que responden las preguntas "cómo" y "por qué", permitiendo realizar un rastreo en sus procesos comunicativos. Se analizarán los productos multiplataformas desarrollados en el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' y que fueron difundidos a través de sus redes sociales, porque se investigará el uso de la narrativa transmedia como única variable del presente estudio. Asimismo, se considerará la primera dimensión (convergencia de medios) con sus indicadores: laboratorio de medios, nuevas

narrativas y nuevos perfiles profesionales. También la segunda dimensión (narrativa digital) con sus indicadores: intertextualidad, hipermedia, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Por último, la tercera dimensión (redes sociales) con sus indicadores: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. Tomando en cuenta la variable, las dimensiones e indicadores se realizará el análisis de caso aplicándolos como ejes transversales para el diseño de las distintas técnicas de recopilación de la información.

2.1. Procedimiento de muestreo

2.1.1. Población o universo

El proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' se produjo para múltiples plataformas y su contenido se difundió en las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. El público consumidor de este trabajo fueron principalmente alumnos de la Universidad de San Martín de Porres (Perú), Universidad del Rosario (Colombia), Universidad de Medellín (Colombia), Universidad Abierta Interamericana (Argentina), Universidad de Palermo (Argentina); Universidad de Castilla–La Mancha (España) y la Universidad de Sevilla (España). El proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' inició desde mayo hasta octubre del 2018 y por volumen de producción destacan las gráficas y los videos.

Durante ese tiempo se compartieron 40 caricaturas, 18 crónicas, 18 videos, 9 podcast, 5 entrevistas, 4 álbumes de fotos, 1 cómic, 1 video animado y 1 video en 360°. Asimismo, en el proyecto se investigan las narrativas transmedia, por ello la población también está compuesta por especialistas en producción transmedia en América Latina, que a su vez son catedráticos universitarios en sus países con un amplio conocimiento del tema analizado.

2.1.2. Muestra

La muestra seleccionada es no probabilística porque, según Scharager y Reyes (2001), en la investigación cualitativa se utiliza este tipo de muestra debido a que los elementos que uno elija para analizar durante la investigación no depende de la probabilidad, sino de las condiciones a la hora de hacer el muestreo. En la presente investigación, tenemos como parte de la muestra principal de expertos a Carlos Terrones, magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia por la Universidad de San Martín de Porres (USMP) y director del proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’. Actualmente se desempeña como profesor de Periodismo en la USMP y editor de Innovación y Medios Interactivos del MediaLab USMP.

Asimismo, se entrevistará a dos especialistas en el estudio de las narrativas transmedia que aportarán su visión latinoamericana en la producción de este tipo de trabajos periodísticos:

Juan Mascardi, licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional del Rosario (Argentina). Actualmente es coordinador de la Fundación Instituto Internacional de la Lengua Española (Fundéu Argentina) y director de las licenciaturas en Periodismo, Producción y Realización Audiovisual de la Universidad Abierta Interamericana, Rosario, Argentina.

Juliana Colussi, doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (España). En la actualidad dirige PlazaCapital.co. y el Programa de Periodismo de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, en Colombia.

De los 97 productos publicados en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’, por volumen de producción destacaron las gráficas (caricaturas), videos (entrevistas) y textos (crónicas), los cuales serán analizados en el presente trabajo

los que conformarán la muestra de contenidos que estará conformada por un producto de cada formato.

Los contenidos analizados del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' fueron seleccionados bajo el enfoque de muestreo por conveniencia y criterio. De acuerdo a Blanco y Castro (2007), la técnica de conveniencia sirve para recopilar gran cantidad de información de los casos presentados en la muestra. Este muestreo es fácil y eficiente debido a que en estos estudios la clave es extraer la mayor cantidad posible de información de los pocos casos de la muestra. Es un proceso fácil y económico que permite pasar a otros métodos a medida que se colectan los datos (p.2). Asimismo, también se considera el muestreo por criterio en la presente investigación. En este sentido, López y Morante (2004) destaca lo siguiente:

En este tipo de muestreo, primero se elaboran algunos criterios que los casos deben cumplir; luego se escogen aplicando dichos criterios. Por ejemplo, en una investigación de audiencia de un programa de televisión, para seleccionar los casos deben cumplir criterios como ser mayores de edad, que vean el programa todos los días, tener una determinada condición económica, que viva en una zona elegida por el investigador, etc. (p.73).

Según el autor, este muestreo requiere seleccionar y sustentar previamente los elementos que serán analizados en la tesis.

2.1.3. Unidades de análisis

La investigación tendrá como análisis de estudio la variable con sus respectivas dimensiones e indicadores que han sido planteadas en el marco teórico. La muestra utilizada surgirá de las gráficas (caricaturas), videos (informes

y entrevistas) y textos (crónicas) desarrollados en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', en relación a las narrativas transmedia que serán analizadas en el presente estudio. En el caso de la variable (narrativa transmedia), tenemos como unidades de análisis a la primera dimensión: la convergencia de medios, cuyos indicadores son el laboratorio de medios, las nuevas narrativas y los nuevos perfiles profesionales.

Asimismo, la segunda dimensión es la narrativa digital, que está compuesta por la intertextualidad, hipermedia, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

La tercera dimensión son las redes sociales y como indicadores tenemos a Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.

2.2. Técnicas de recolección de datos

En este estudio se utilizará el análisis de contenido de los productos transmedia del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' difundidos en sus redes sociales. Abela (2002) plantea que los textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados; así como toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos y videos son herramientas esenciales para obtener información en una investigación cualitativa. Utilizaremos como instrumentos de recolección las matrices de análisis de contenido. Además, esta investigación contará con la técnica de la entrevista cualitativa, porque es una herramienta que permite obtener información detallada a través de una conversación con un experto en la materia en cuestión. (Díaz y Ortiz, 2005). Este tipo de entrevista busca comprender las perspectivas de los entrevistados respecto a personas, experiencias o situaciones. La técnica de recolección que se utilizará en la presente investigación será el cuestionario con preguntas semiestructuradas.

En el desarrollo del presente trabajo, el investigador requerirá la utilización del instrumento de recolección de datos para analizar información recabada de distintas fuentes en el trabajo de campo. Orellana y Sánchez-Gómez (2006) señala lo siguiente:

La recolección de datos considera las bases de datos on-line, los enlaces a compilaciones, las bibliotecas digitales, los textos digitalizados, sistemas multimedia, entrevistas por Internet y videograbaciones. En general, las TIC brindan al investigador la posibilidad de utilizar el audio, el vídeo, la imagen, los datos en textos escritos o hablados, todos recolectados mediante la mensajería del correo electrónico, de los foros de discusión, la observación en línea, el monitoreo o registros de todas las acciones generadas por los sujetos mediante un equipo informático. Según los autores, la investigación hace uso de distintas fuentes, que van desde el texto, elementos audiovisuales y gráficos, base de datos digitales y las amplias posibilidades de información especializada que existe en Internet. (p.40)

Este estudio tendrá una mayor riqueza informativa por la cantidad de data obtenida y así completará el análisis en esta parte del trabajo. Asimismo, se sumará a la investigación realizada en el marco teórico para obtener una mejor interpretación de las conclusiones.

2.3. Aspectos éticos

El presente trabajo realizó una exhaustiva investigación de acuerdo a los estándares científicos y éticos aplicados a un estudio científico. En el proceso de búsqueda de información, así como el de entrevistas a expertos, se mantuvo un alto grado de corroboración de fuentes para no alterar la información ni los

resultados. Asimismo, se contó con el apoyo de asesores y expertos académicos que aportaron valiosa información en la tesis presentada.

CAPÍTULO III
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de contenido de las piezas transmedia seleccionadas

Tabla 1: Análisis Crónica: Santa fe, la tierra fértil de Hernán Álvarez

N A R R A T I V A T R A N S M E D I A	Convergencia de medios					
	El Taller de Periodismo Deportivo Aficionline produjo el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', donde se desarrollaron diversos productos transmedia, como la presente crónica que tiene elementos textuales, gráficos y audiovisuales.	Laboratorio de medios	Nuevas narrativas	Nuevos perfiles Profesionales		
		El proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' fue desarrollado en el Taller de Periodismo Deportivo de la USMP con el objetivo de ser un laboratorio de innovación en el periodismo y nuevos medios.	Se nota la presencia de las nuevas narrativas en la crónica del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018', donde se aprovecha la ventaja de este espacio digital con elementos multimedia para llegar a un público masivo.	Para la elaboración de la crónica, el redactor se adaptó a las multiplataformas para que su texto tenga también imágenes, audio y/o video. Además de especializarse en la producción de un proyecto transmedia.		
	Narrativa digital					
	La crónica presentada en el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' contiene diversos elementos de la narrativa digital,	Intertextualidad	Hipermedia	Hipertextualidad	Multimedialidad	Interactividad
		La crónica se interrelaciona con otras notas del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	En la crónica se presentan imágenes y videos que están relacionadas a la historia narrada por Hernán Álvarez.	El usuario de Internet tiene la posibilidad de leer toda la crónica en la web, ver imágenes referidas a la historia narrada o	La crónica presenta características de multimedialidad, porque contiene texto, imágenes y	La crónica generó distintas reacciones en el público seguidor del proyecto transmedia

	como textos, enlaces, imágenes y productos en video.			visualizar los mejores momentos del partido en un video que está incrustado en la nota.	video en la misma publicación.	‘Nosotros Somos Rusia 2018’, debido a que se viralizó en las redes sociales.
	Redes sociales					
	El proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ presenta una interacción constante a través de las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	
		La crónica fue publicada en la red social Facebook, potenciando los textos, imágenes y videos del relato en esta plataforma social.	La crónica fue publicada en Twitter, potenciando las imágenes y elementos multimedia de la nota en esta red social.	La crónica fue publicada en la red social Instagram, destacando las imágenes y videos que contiene la nota y que se beneficiaron con el alcance de esta red.	Esta nota no presenta contenido propio en video, como si lo tienen las demás publicaciones del proyecto. Sin embargo, sí cuenta con un video externo vinculado al tema.	

La crónica ‘Santa fe, la tierra fértil’ de Hernán Álvarez presenta narrativa transmedia, porque es una publicación multimedia con elementos textuales, gráficos y audiovisuales que puede ser visualizada en la página web y tuvo interacción a través de las redes sociales del proyecto.

Tabla 2: Caricatura: Paolo Guerrero

N A R R A T I V A T R A N S M E D I A	Convergencia de medios					
	En el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se experimentó la convergencia de medios a través de la publicación de notas con elementos multimedia y las narrativas digitales estuvieron vinculadas a la viralización del post en las redes sociales.	Laboratorio de medios	Nuevas narrativas	Nuevos perfiles profesionales		
		El proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' fue desarrollado en el Taller de Periodismo Deportivo de la USMP con el objetivo de ser un laboratorio de innovación en el periodismo y nuevos medios.	Para la publicación de la caricatura de Paolo Guerrero, el redactor tuvo conocimientos previos de administración de contenidos digitales en blogs y de producción multimedia, porque este producto contiene una gráfica que se acompaña con un breve perfil, el cual fue difundido a través de las distintas redes sociales del proyecto.	Para la realización del producto animado, el comunicador tuvo que tener conocimientos de diseño en Photoshop, redacción digital para su difusión en la web y redes sociales del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.		
	Narrativa digital					
	La caricatura de Paolo Guerrero cumple con las características de una narrativa digital, porque tiene una gráfica publicada en la nota y en las redes sociales, además se acompaña de un perfil que se	Intertextualidad	Hipermedia	Hipertextualidad	Multimedialidad	Interactividad
El trabajo presentado se vincula a las demás notas a través de tags y etiquetas.		A través de la caricatura de Paolo Guerrero, se puede interrelacionar con productos audiovisuales del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	El usuario de Internet que visita la caricatura de Paolo Guerrero tiene la opción de poder	La caricatura digital es uno de los distintos productos transmedia que tiene el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	Los usuarios de Internet interactúan en las redes sociales a través de los distintos productos	

	interrelaciona a través de tags y etiquetas con otros futbolistas del mundial en la web.			navegar en los distintos elementos multimedia que tienen las notas del proyecto.		transmedia, como es el caso de la caricatura de Paolo Guerrero.
	Redes sociales					
	La publicación presentó una constante interacción en las redes sociales de Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	
		La caricatura se publicó en Facebook, destacándose entre las demás imágenes en esta red social.	La caricatura fue difundida en Twitter, donde se compartieron las imágenes de los futbolistas, como el caso de Paolo Guerrero.	La caricatura fue compartida en la red social Instagram, donde destacaron las imágenes en esta plataforma, como el caso de la caricatura de Paolo Guerrero.	No presenta.	

En la caricatura 'Paolo Guerrero' se evidencia la narrativa transmedia, porque su publicación cumple con las características típicas de este tipo de narración. Además, tuvo un gran impacto en las redes sociales del proyecto.

Tabla 3: Entrevista: Jack hurtado, el hincha que se volvió coleccionista de fútbol

N A R R A T I V A T R A N S M E D I A	Convergencia de medios					
	La entrevista presenta elementos textuales, gráficos y audiovisuales, producto de la narrativa transmedia, con lo cual se puede afirmar que existe la convergencia de medios en esta nota del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	Laboratorio de medios	Nuevas narrativas	Nuevos perfiles profesionales		
		El proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' fue desarrollado en el Taller de Periodismo Deportivo de la USMP con el objetivo de ser un laboratorio de innovación en el periodismo y nuevos medios.	En la presente entrevista se puede observar el trabajo de las nuevas narrativas en la producción multimedia, las nuevas tecnologías y la difusión en las redes sociales del proyecto.	En la producción y realización de la entrevista, los comunicadores trabajaron con elementos textuales, gráficos y multimedia acorde a una redacción digital para un proyecto transmedia.		
	Narrativa digital					
	La entrevista presentada en el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' contiene diversos elementos de la narrativa digital, como textos, enlaces, imágenes y productos en video.	Intertextualidad	Hipermedia	Hipertextualidad	Multimedialidad	Interactividad
La entrevista se vincula con otras notas del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' a través de links, tags y etiquetas.		En la nota de Jack Hurtado, el usuario puede explorar la entrevista en texto y en video, asimismo vincularse con las distintas publicaciones multimedia del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	El usuario de Internet puede ver la entrevista en la web, de la misma manera explorar las imágenes referidas a la historia narrada o visualizar los mejores momentos del museo	La entrevista es multimedia porque contiene texto, imágenes y video en la misma nota.	La entrevista presentó interacción de los usuarios de Internet en las redes sociales del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	

				coleccionable de fútbol de Jack Hurtado.		
	Redes sociales					
	La publicación multimedia fue difundida en las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y YouTube del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	
		La entrevista fue publicada en Facebook, donde se potenciaron los videos, así como las imágenes.	La entrevista también se difundió en Twitter, donde resaltaron las imágenes y los videos del presente proyecto transmedia.	Asimismo, la entrevista se compartió en la red social Instagram, donde destacaron los videos e imágenes en esta plataforma digital.	La entrevista de Jack hurtado fue publicada en YouTube, junto a las demás publicaciones en video del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	

La entrevista 'Jack hurtado, el hincha que se volvió coleccionista de fútbol' cuenta con características de una narrativa transmedia, debido a que es una nota que tiene un relato en texto, imágenes y un video, potenciados por su publicación en redes sociales.

Tabla 4: Video: En 4 minutos te contamos las historias del ‘Nosotros Somos Rusia 2018’

N A R R A T I V A T R A N S M E D I A	Convergencia de medios					
	La presente publicación contiene una narrativa que parte de un texto y se desarrolla a través de un video. Asimismo, presenta una gráfica que ha sido trabajada en un programa de edición. Por tanto, es una nota multimedia que ha sido producida con las características de un laboratorio, donde se realiza la convergencia de medios.	Laboratorio de medios	Nuevas narrativas	Nuevos perfiles profesionales		
		Esta nota forma parte del proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’, que fue producido por el Taller de Periodismo Deportivo de la USMP, con la finalidad de ser un laboratorio de innovación en el periodismo y nuevos medios.	En la publicación ‘En 4 minutos te contamos las historias del proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ se observa el desarrollo de nuevas narrativas, porque presenta una producción audiovisual, sumado al relato de un texto con imágenes, que posteriormente se difundirá en las redes sociales.	El redactor de la nota tiene conocimientos digitales, porque produjo contenido gráfico y audiovisual para la web y redes sociales del proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’.		
	Narrativa digital					
	El trabajo analizado tiene las características de una nota multimedia, donde el video producido es acompañado de un texto con una gráfica.	Intertextualidad	Hipermedia	Hipertextualidad	Multimedialidad	Interactividad
		La nota multimedia se vincula a otras publicaciones del proyecto a través de hipervínculos (tags y etiquetas).	La nota ‘En 4 minutos te contamos las historias del proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ presenta contenido multimedia (texto, imagen y video), que los usuarios	Las características multimedia de la nota hacen que los	La presente publicación es una nota multimedia, porque cuenta con texto, imagen y video.	La nota cuenta con interacciones del público usuario en las redes sociales del proyecto.

			pueden ver en la web y las redes sociales del proyecto.	usuarios puedan permanecer leyendo la nota en la web o viendo el video en las distintas redes sociales del proyecto		
	Redes sociales					
	El trabajo fue compartido en las redes sociales del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018', como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	
		El video fue publicado en Facebook, red social donde se compartieron materiales audiovisuales del proyecto.	Asimismo, el video fue difundido en Twitter, donde se compartió contenido multimedia del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	El video fue compartido en Instagram, donde se potenciaron las publicaciones audiovisuales.	El video analizado se publicó en YouTube, generando visualizaciones a los contenidos difundidos en esta red social.	

El video 'En 4 minutos te contamos las historias del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'' presenta características de narrativa transmedia, porque es una publicación multimedia difundida en la página web y con elementos audiovisuales que fueron fortalecidos en las redes sociales.

Tabla 5: Podcast: El mundial de las sorpresas e innovación en el periodismo deportivo

N A R R A T I V A T R A N S M E D I A	Convergencia de medios					
	La presente nota es un podcast, el cual contiene un texto con gráficas que presentan una narración en audio. En base a estos elementos, se puede asegurar que se aplica la convergencia de medios en esta publicación del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	Laboratorio de medios	Nuevas narrativas	Nuevos perfiles profesionales		
		Esta publicación (podcast) pertenece al proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018', producido por el Taller de Periodismo Deportivo de la USMP, y tiene las características de un laboratorio de medios.	En el podcast analizado se observa el uso de las nuevas narrativas por el manejo de elementos multimedia, también de nuevas tecnologías y la publicación en las redes sociales.	Para la realización de este podcast, el redactor adquirió conocimientos de edición gráfica y de audio, además de publicación de notas en la web 2.0, para poder difundirlo en las redes sociales del proyecto.		
	Narrativa digital					
El podcast presentado en el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' posee diferentes características de la narrativa digital, como textos, hipervínculos, imágenes y audio.	Intertextualidad	Hipermedia	Hipertextualidad	Multimedialidad	Interactividad	
	El podcast 'El mundial de las sorpresas e innovación en el periodismo deportivo' cuenta con etiquetas, tags e hipervínculos, en el cual el usuario puede desplazarse de	El podcast analizado se vincula a otros podcasts a través de hipervínculos, etiquetas y links, que están presentes dentro	La presente nota que contiene el podcast brinda la posibilidad de que el usuario de Internet pueda	El podcast tiene características multimediales, porque está integrado por un texto, imágenes y audios.	El podcast presenta una interacción constante de usuarios en Internet a través de las distintas redes sociales	

		una nota a otra dentro del proyecto.	del texto de la nota.	navegar en el mismo audio, asimismo, pueda informarse a través de la gráfica y el texto que acompaña la publicación.		del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.
	Redes sociales					
		Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	
	El podcast fue publicado en las redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube del proyecto.	El podcast fue compartido en Facebook, donde se potenciaron los contenidos audiovisuales.	El podcast además se publicó en Twitter, red social que se utilizó para la difusión de imágenes, audios y videos.	El podcast también se difundió en Instagram, donde resaltaron los contenidos gráficos y audiovisuales.	Este podcast no presenta contenido en video, porque se subió a la red social HeartThis (audio).	

En el podcast 'El mundial de las sorpresas e innovación en el periodismo deportivo' se evidencia la narrativa transmedia, debido a que es una publicación que contiene texto, imágenes y audio, elementos que fueron potenciados al momento de publicarse en las redes sociales del proyecto.

Tabla 6: Fotos: Activación de #SomosRusia2018 en la USMP

N A R R A T I V A T R A N S M E D I A	Convergencia de medios			
	<p>La publicación analizada es una nota con un álbum de fotos, que contiene una narración en texto y se acompaña con una incrustación de un post de Facebook, para el cual fue necesario copiar el código de esta red social en la nota. A partir de estas características, se puede deducir la aplicación de la convergencia de medios.</p>	Laboratorio de medios	Nuevas narrativas	Nuevos perfiles profesionales
		<p>El post contiene un álbum de fotos, que fue editado en programas de edición y la redacción se trabajó para la web 2.0, asimismo, fue difundido en las redes sociales del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018', producido por el Taller de Periodismo Deportivo de la USMP, con la finalidad de ser un laboratorio de innovación en el periodismo y nuevos medios.</p>	<p>La publicación analizada es una nota con un álbum de fotos, el cual requiere habilidades en la redacción web, porque tiene una narración web y, además, cuenta con una incrustación de una publicación de Facebook, para el cual fue preciso copiar el código de esta red social en la nota.</p>	<p>En la edición y difusión de la nota que contiene un álbum de fotos, el redactor tuvo conocimientos de edición de imágenes, redacción web y publicación de contenidos en redes sociales. Estas características han sido esenciales en este tipo de proyectos, donde destaca el periodismo en Internet y los nuevos medios.</p>

	Narrativa digital					
	La nota analizada es un álbum de fotos, que cuenta con un texto asociado a hipervínculos para que el usuario se dirija a otros contenidos en la web. Asimismo, utiliza la publicación de un post de Facebook para insertarlo en la propia nota.	Intertextualidad	Hipermedia	Hipertextualidad	Multimedialidad	Interactividad
		La publicación cuenta con hipervínculos (etiquetas y tags) enlazados dentro de la nota para que el usuario navegue en otros contenidos relacionados al tema.	La nota se puede vincular a otros textos, audios, videos y redes sociales a través de etiquetas y tags enlazados en la publicación del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	La publicación permite que el usuario de Internet vea las imágenes desde la página web o las redes sociales del proyecto.	La publicación contiene texto e imágenes (álbum de fotos) en la misma nota.	La nota (álbum de fotos) generó interactividad en las redes sociales del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.
	Redes sociales					
El álbum de fotos se difundió en las redes sociales de Facebook, Twitter, Instagram del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube		
	El álbum de fotos fue compartido en Facebook, red social donde se difundió el contenido multimedia del proyecto.	El álbum de fotos fue difundido en Twitter, donde se potenciaron las imágenes, así como los videos y audios del proyecto.	El álbum de fotos fue difundido en Instagram, red social donde destacaron las imágenes y contenido audiovisual del proyecto.	No presenta.		

La publicación 'Fotos: Activación de #SomosRusia2018 en la USMP' presenta características de narrativa transmedia, porque el contenido fue publicado en la página web y tuvo interacción con el público usuario a través de las redes sociales del proyecto.

Tabla 7 :Video 360º: La Universidad de Castilla-La Mancha juega su Mundial

N A R R A T I V A T R A N S M E D I A	Convergencia de medios			
	La nota analizada cuenta con una redacción, que se acompaña de una gráfica y un video en formato 360º, con lo cual esta producción experimenta con las nuevas narrativas y la tecnología en una publicación periodística. Por tanto, en esta publicación se puede afirmar que existe una convergencia de medios.	Laboratorio de medios	Nuevas narrativas	Nuevos perfiles profesionales
		La presente publicación experimenta la producción transmedia y el uso de las nuevas tecnologías en un proyecto periodístico.	En el video 360º se aprecia la producción multimedia, así como la utilización de las nuevas tecnologías en la publicación de notas con características transmediales, difundidas a través de las redes sociales.	En la realización del video 360º, los redactores trabajaron con elementos textuales, gráficos y en una producción multimedia para presentar un formato nuevo en video que fue publicado en la plataforma web y difundido en las redes sociales del proyecto analizado.

	Narrativa digital					
	<p>La publicación analizada posee características propias de una narrativa digital: textos, hipervínculos imágenes y videos en formato 360°.</p>	Intertextualidad	Hipermedia	Hipertextualidad	Multimedialidad	Interactividad
		<p>En la nota "(Video 360°) La Universidad de Castilla-La Mancha juega su Mundial", el usuario puede vincularse a temas similares a través de links y etiquetas en las distintas notas del proyecto.</p>	<p>En la publicación, el usuario puede interactuar a través de la lectura de una nota web, imágenes y videos en formato 360°.</p>	<p>En la nota observada, el usuario puede elegir si solo lee el texto de la publicación o interactúa a través de los videos 360° insertado en el post o difundido en las redes sociales del proyecto.</p>	<p>La entrevista es multimedia porque contiene texto, imágenes y videos en la misma nota.</p>	<p>El video 360° tuvo interacción a través de las redes sociales del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.</p>
	Redes sociales					
	<p>El video 360° fue viralizado en las redes sociales del Facebook, Twitter, Instagram y YouTube del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'.</p>	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	
		<p>La nota en formato video 360° se publicó en Facebook, donde se potenciaron los productos multimedia.</p>	<p>La publicación se difundió también en Twitter, red social donde se destacaron las gráficas y videos del proyecto.</p>	<p>La nota "(Video 360°) La Universidad de Castilla-La Mancha juega su Mundial" fue publicada en Instagram, donde resaltaron las imágenes y videos.</p>	<p>El video en formato 360° fue difundida en YouTube, donde se compartieron los materiales audiovisuales del proyecto.</p>	

El 'Video 360°: La Universidad de Castilla-La Mancha juega su Mundial' presenta narrativa transmedia, porque es un contenido alojado en la página web, que generó interés en los usuarios que visitaron las redes sociales del proyecto.

Análisis de entrevistas

Tabla 8: Análisis entrevista Variable Narrativa transmedia

Variable	Juan Mascardi	Juliana Colussi	Carlos Terrones
Narrativa transmedia	'Nosotros Somos Rusia 2018' es un proyecto que nace transmedia y tiene una incidencia, un concepto, un criterio y una mirada en torno al abordaje de la cobertura de uno de los acontecimientos más importantes en la materia deportiva, que es un mundial de fútbol.	En 'Nosotros somos Rusia 2018' si se aplicaron las narrativas transmedia y se difundieron a través de las redes sociales del proyecto.	Sí, porque desde la concepción de la historia, el diseño de las plataformas, canales y la identidad visual es un proyecto con todas las características de una narrativa transmedia. Además de considerar la activa participación de los seguidores del proyecto en las redes sociales, quienes les dieron nuevos aires a las publicaciones.
Dimensión 1	Juan Mascardi	Juliana Colussi	Carlos Terrones
Convergencia de medios	Ha sido un proyecto altamente convergente en sus plataformas. Además, tuvo presencia en la agenda de medios de cada uno de los países.	Sí hubo convergencia de medios en sus contenidos y plataformas.	Por supuesto, en la mayoría de publicaciones del proyecto se trató de experimentar con diversas plataformas y nuevas tecnologías, como fotos y videos 360°, podcast, transmisiones en vivo y notas multimedia, donde los estudiantes tuvieron que crear contenido para las distintas plataformas de comunicación.

Indicadores	Juan Mascardi	Juliana Colussi	Carlos Terrones
Laboratorio de medios	Es un laboratorio de medios, pero no un laboratorio donde se experimenta sin tener demasiado conocimiento de cuál va a ser el resultado, debido a que en este proyecto se experimenta y comprueba empíricamente el desarrollo de cada una de las etapas proyectuales.	Considero que sí es un trabajo realizado en un laboratorio de medios universitario.	Sí, nació desde los laboratorios y talleres de periodismo de universidades de Argentina, Colombia, España y Perú, quienes narraron en clave transmedia el Mundial de Rusia 2018. Los estudiantes y profesores de estas universidades experimentaron con las nuevas narrativas, desde la primeras comunicaciones vía redes sociales y virtuales hasta la coordinación, edición y publicación de contenidos del proyecto.
Nuevas narrativas	Están presentes las nuevas narrativas en la extensión del relato, además cuenta con la participación de los usuarios y la reacción de diversos medios tradicionales de comunicación que informaron del proyecto.	Sí, desde la concepción de los productos, la forma de contar las historias, la estructura y su posterior difusión en las redes sociales.	Todo el proyecto está pensado, diseñado y estructurado para que las nuevas narrativas sean el soporte comunicacional para los distintos públicos que visiten 'Nosotros Somos Rusia 2018'.
Nuevos perfiles	Los roles de quienes desarrollaron el proyecto	Sí, pues creo que los estudiantes	Sí, porque las publicaciones tienen características multimedia y se

Profesionales	se evidencia que no son tradicionales, sino convergentes, transmediales.	tuvieron que trabajar interconectados utilizando las nuevas tecnologías para producir contenido entre las universidades.	utilizaron diversas herramientas digitales, redes sociales y plataformas de comunicación que tenían que estar acorde a los tiempos actuales que vivimos en Internet.
---------------	--	--	--

Tabla 9: Análisis entrevista Variable Narrativa digital

Dimensión 2	Juan Mascardi	Juliana Colussi	Carlos Terrones
Narrativa digital	Sí, en cada una de sus publicaciones, porque sus notas son multimedia.	Sí, totalmente se utilizó la narrativa digital en los contenidos de su página web.	Sí, el aporte que le dieron las diversas universidades no solo se basaron en la redacción de textos (crónicas), sino también se publicaron informes en video, historias en audio (podcast), gráficas, vivencias y transmisiones en vivo en redes sociales, caricaturas, fotos y videos 360°.
Indicadores	Juan Mascardi	Juliana Colussi	Carlos Terrones
Intertextualidad	De acuerdo a lo observado, las notas del proyecto se vinculan entre ellas a través de los enlaces.	La notas presentan hipervínculos que dirigen a otros textos del proyecto.	Hay intertextualidad, porque las notas y crónicas se vinculan a través de etiquetas.
Hipermedia	Las personas tienen la oportunidad de poder ver el material en texto y audiovisual en las redes sociales y en la web del proyecto.	En las publicaciones del proyecto se observa una producción multimedia.	Presenta hipermedia, porque sus notas tienen características multimedia.
Hipertextualidad	Las características de las notas hacen	En las notas, el usuario puede navegar entre	Se evidencia la hipertextualidad, porque el diseño del proyecto permite que los

	que las personas puedan interesarte en el relato de una crónica, así como en gráficas, audios y videos.	textos imágenes, audios y videos.	usuarios puedan conocer los productos transmediales desde las redes sociales o desde la misma página web.
Multimedialidad	Todas las notas y el mismo proyecto son multimedia.	La mayoría de las publicaciones tienen elementos multimediales.	Está presente la multimedialidad, porque la mayoría de publicaciones contienen texto, imágenes, videos y audios.
Interactividad	Tienen gran aceptación a través de las redes sociales.	Los productos transmedia fueron compartidos en redes sociales, donde se contó con la participación de los usuarios.	Existe interactividad, debido a que el proyecto está presente en todas las redes sociales con una activa participación de los seguidores del proyecto.

Tabla 10: Análisis entrevista variable Redes Sociales

Dimensión 3	Juan Mascardi	Juliana Colussi	Carlos Terrones
Redes sociales	Las audiencias tuvieron un rol activo en la construcción de los contenidos en las redes sociales del proyecto.	Me parece que las redes sociales fueron fundamentales para difundir el proyecto, primero entre los mismos estudiantes de periodismo de las diversas universidades participantes y después los propios seguidores del proyecto.	El proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' tiene sus cuentas en las principales redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.
Indicadores	Juan Mascardi	Juliana Colussi	Carlos Terrones
Facebook	En Facebook destacan las imágenes y videos.	En la red social Facebook se difundieron sobre todo gráficas y contenido audiovisual.	En Facebook, las publicaciones que más destacaron fueron las fotos y videos.
Twitter	En Twitter se presentan relatos más cortos, pero le dan importancia al contenido audiovisual.	A través de Twitter se compartieron los productos del proyecto, donde destacaron los contenidos multimedia.	En Twitter, se destacaron las etiquetas relativas al mundial que se vincularon con los contenidos del proyecto. Asimismo, la reproducción de audios y videos.

Instagram	En Instagram llamaron la atención las caricaturas y videos.	En la plataforma de Instagram lograron obtener alcance con la publicación de productos animados y materiales audiovisuales.	En Instagram, se utilizaron las stories para anunciar los contenidos multimedia. También destacaron las fotos, gráficas y videos del proyecto.
YouTube	En YouTube se presentaron los reportes y producción del proyecto.	En YouTube se compartieron todos los videos desarrollados desde el inicio del proyecto por las universidades.	En YouTube se publicó la producción en video de todas las universidades participantes, que generaron expectativa en el público seguidor del proyecto.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

En el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' se aplican las narrativas transmedia a través de los diversos productos periodísticos producidos para múltiples plataformas de comunicación, entre ellas una página web, herramientas digitales e interactivas y redes sociales del mencionado proyecto. El presente trabajo de investigación analiza los contenidos publicados corroborado con autores que investigaron el tema y entrevistados especializados en la narrativa transmedia.

Debido a la era digital, los contenidos periodísticos han ido evolucionando y se han creado nuevas narrativas para contar historias. Jenkins (2009) afirma que este tipo de narración se produce en diversas plataformas mediáticas con un fin social. Asimismo, Scolari (2013) sostiene que la narrativa transmedia es una innovadora forma de contar historias a través de múltiples plataformas y dirigida a diferentes públicos, con el objetivo de que el usuario interactúe a través de las redes sociales. "Se trata de un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas. Además, propone una experiencia común que abarca diferentes medios y dispositivos, todos ellos unidos por un hilo narrativo". (p.58). En esa misma línea, Flores (2014) señala que la narrativa transmedia puede expandirse en diversas plataformas, sean audiovisuales, impresas o móviles y van de la mano de la vanguardia digital. En base

a la opinión de los referidos académicos, la narrativa transmedia es un vehículo para comunicar iniciativas comunicacionales en instituciones educativas, medios de comunicación, entidades del Estado y empresas.

En la última década se han realizado diversos proyectos transmedia en Iberoamérica provenientes de universidades, medios de comunicación, entidades privadas e iniciativas independientes, como Abrazos de agua, Historias extremas y DocuMedia (Argentina), Pregoneros de Medellín (Colombia), Fluor Lifestyle y Cañonazo Transmedia (España), Las rutas del oro, Desaparecidas, Proyecto Quipu y Aficionline (Perú). A raíz de la realización del Mundial de Rusia 2018, el Taller de Periodismo Deportivo Aficionline de la Universidad de San Martín de Porres desarrolló el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' con el objetivo de difundir historias utilizando las narrativas transmedia en sus plataformas y canales de comunicación.

Este proyecto universitario publicó una serie de contenidos tan variados como crónicas, entrevistas, gráficas, fotos, videos 360°, podcast, videos virales, caricaturas, animaciones y cómics, que fueron publicados en la página web y en las redes sociales de 'Nosotros Somos Rusia 2018'.

Luego del análisis de contenido de diversos productos, como crónicas, caricaturas, entrevistas, videos, podcast, fotos y videos 360°, se puede inferir que se aplican las narrativas transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', porque son publicaciones multimedia caracterizadas por la utilización de textos, gráficas, audios y videos, las cuales han sido compartidas en las redes sociales. En la entrevista realizada al periodista e investigador argentino Juan Mascardi, señala que el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' nace transmedia desde su concepción hasta el tratamiento de la cobertura de contenidos del mundial. Por su parte, la periodista brasileña Juliana Colussi también asegura que en este proyecto se aplicaron

principios de la narrativa transmediática. Asimismo, Carlos Terrones, director del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', sostiene que esta iniciativa se creó contemplando la temática del mundial y sus protagonistas, así como las diversas plataformas y canales de distribución de contenidos, hasta la interacción de las personas que visiten el proyecto en las redes sociales.

Esta investigación se relaciona con la Teoría de la Sinapsis Algorítmica Reticular Expansiva (SARE) de Flores (2014), quien afirma que el cerebro se vincula con estímulos visuales, auditivos y táctiles al interactuar con apps, recursos digitales y redes sociales. Desde inicios del siglo XXI y con la irrupción del internet y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), hemos sido espectadores de la convergencia de medios, producto de la concentración y múltiples funciones de dispositivos y lenguajes tecnológicos. Para Flores (2014), es el sitio de pruebas de nuevos desarrollos tecnológicos y su aplicación en el periodismo, donde se producen textos, imágenes y productos audiovisuales. Uno de los productos que se analizó del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' fue la crónica 'Santa fe, la tierra fértil' de Hernán Álvarez, la cual presentó elementos textuales, gráficos y audiovisuales en la creación de sus contenidos.

En la entrevista, Juan Mascardi asegura que este producto y el proyecto son altamente convergentes en sus plataformas, sumado a la presencia que tuvo en la agenda de medios de los países participantes. Además, Carlos Terrones menciona que este trabajo trató de experimentar con las nuevas tecnologías y donde los estudiantes tuvieron que crear contenido para múltiples plataformas. Producto de la innovación constante que se da en el ciberespacio, surgieron los laboratorios de medios que tienen la misión de experimentar con nuevas plataformas, tecnologías y perfiles acorde a los tiempos virtuales de nuestra sociedad. En ese sentido, Jiménez-

Narros (2018) plantea que son nuevos espacios de trabajo donde se experimenta y se adapta al contexto digital. Otro de los productos analizados del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' fue la caricatura de Paolo Guerrero, donde se comprobó la práctica de un laboratorio de medios. En la entrevista, Carlos Terrones afirma que este trabajo cumple con el desarrollo habitual de un laboratorio de medios, donde los estudiantes y profesores experimentaron con las nuevas narrativas. Del mismo modo, Juan Mascardi señala que este proyecto experimenta empíricamente el desarrollo de un *medialab*.

Las nuevas formas narrativas son estrategias comunicacionales que surgen a partir de la web 2.0 y las redes sociales, cuya misión es que los usuarios interactúen a través de las múltiples pantallas. Flores (2014) manifiesta que es la incursión de las tecnologías y plataformas multimedia en el periodismo digital. La entrevista 'Jack hurtado, el hincha que se volvió coleccionista de fútbol' del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' fue analizada y se comprobó que se utilizaron las nuevas formas narrativas en su publicación, pues se desarrolló una producción multimedia, así como la utilización de las nuevas tecnologías y las redes sociales. En la entrevista, Juliana Colussi menciona que las nuevas formas narrativas existieron desde la forma de contar las historias en las plataformas del proyecto.

Los nuevos perfiles profesionales se van renovando de acuerdo a la experimentación que se produce en los medios digitales. En esta misma línea de pensamiento, Flores (2014) sostiene que ante el decaimiento del periodismo tradicional, surgen profesionales que están adaptados a los nuevos medios y las necesidades del periodismo en Internet. En la publicación 'Video: En 4 minutos te contamos las historias del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'' se comprobó la práctica de nuevos perfiles profesionales en el desarrollo de sus contenidos, debido a

que los redactores tuvieron conocimientos digitales para producir contenidos multimedia publicados en su página web y las redes sociales del proyecto.

En la entrevista, Carlos Terrones sostuvo que para el desarrollo de los productos se utilizaron elementos multimedia, diversas plataformas, así como herramientas digitales y redes sociales.

La narrativa digital es parte del ecosistema de las narrativas transmedia y plantea la publicación de historias multimedia, valiéndose de textos, gráficas, audios y videos. Al respecto, López (2014) menciona que este tipo de publicación se caracteriza por su contenido multiplataforma, experimenta con nuevos lenguajes y medios, así como propone la interactividad con los usuarios. En el análisis de contenido del podcast 'El mundial de las sorpresas e innovación en el periodismo deportivo' del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se comprobó que se aplica la narrativa digital en sus contenidos, debido a que cuenta con texto, hipervínculos, imágenes y audio. En la entrevista, Carlos Terrones precisa que en esta iniciativa no solo se desarrollaron contenidos con elementos textuales, sino hubo materiales audiovisuales, digitales e interactivos.

Por las características del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018', en sus publicaciones se aplica la intertextualidad, hipermedia, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, debido a que sus contenidos en la página web no solo se vinculan entre textos, sino también a través de hipervínculos, tags y etiquetas con videos, audios, fotos y herramientas digitales e interactivas; y todos estos productos tienen interacción a través de las redes sociales del mencionado proyecto. Sobre la intertextualidad, Fiske (2012) argumenta que es el proceso de interactividad que tiene un usuario de Internet al trasladarse de un texto a otro para tener un mayor conocimiento de un tema. Por su parte, Landow (1995) asegura que el término

hipermedia se aplica cuando un usuario no solo interactúa con elementos textuales, sino también con videos, audios y animaciones. Noci y Salaverría (2003) afirman que en la hipertextualidad el protagonista es el usuario, quien en un orden no secuencial decide si permanece en un texto, imagen, audio o video. De otro lado, Díaz Noci (2001) explica que la multimedialidad es la integración de texto, imágenes y sonidos en un mismo producto comunicacional. Mientras que Rost (2006) señala que la interactividad es la capacidad que tiene un medio de comunicación de darle poder a los usuarios/lectores en la selección y comunicación de sus contenidos en Internet.

En la entrevista, Juan Mascardi afirma que las publicaciones del proyecto se relacionan entre sí a través de los enlaces que los dirigen a contenidos multimedia generando gran aceptación en las redes sociales. Por su parte, Juliana Colussi considera que en los textos del proyecto hubo presencia de hipervínculos y que el usuario de Internet puede encontrar textos, imágenes, audios y videos. En esa misma línea, Carlos Terrones coincide con lo mencionado por Mascardi y Colussi, añadiendo que el diseño del proyecto logra que los usuarios interactúen con los productos transmediales desde la página web y las redes sociales.

En el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' convergieron múltiples plataformas, canales, herramientas y soportes digitales, con el fin de que los usuarios interactúen a través de la página web y las redes sociales; en esta línea, los medios digitales cumplieron un papel clave en la transmisión de las nuevas narrativas dirigidas a un público habituado a Internet. Martín (2017) afirma que las redes sociales son canales de interacción y distribución de contenidos que se utilizan para llamar la atención de las audiencias. En la publicación 'Fotos: Activación de #SomosRusia2018 en la USMP' se comprobó que tuvo interacción con los usuarios en las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia

2018'. En la entrevista, Juliana Colussi señaló que las redes sociales fueron esenciales para divulgar el proyecto. De la misma manera, Juan Mascardi refuerza la idea de Colussi y agrega que los usuarios asumieron un rol activo en la cimentación de los contenidos compartidos a través de las redes sociales.

El proyecto analizado trabajó con Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, porque les permitió llegar a un público juvenil, universitario, interesado en conocer los pormenores del Mundial Rusia 2018 y acostumbrado a emitir sus opiniones en las redes sociales. Sobre Facebook, González (2012) afirma que tiene la intención que las personas interactúen con grupos en común. Respecto a Twitter, Zúñiga (2014) resalta los textos, hipertextos, elementos audiovisuales y de geolocalización. Mientras que en Instagram, González y Aguaded (2019) profundizan las características gráficas y su interacción en esta red. En referencia a YouTube, López (2012) señala que existe un público consumidor y retransmisor de contenidos audiovisuales en Internet.

En el análisis de contenido de la publicación 'Jack hurtado, el hincha que se volvió coleccionista de fútbol' del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se analizó y comprobó que hubo gran aceptación del público usuario que visitó las redes sociales, debido a que en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube se utilizaron las etiquetas: Mundial Rusia 2018, videos, podcast, caricaturas, Perú, Colombia, Argentina y España; además, destacaron los textos, videos e imágenes en cada plataforma social. En la entrevista, Juan Mascardi resalta la importancia de las gráficas y contenido audiovisual en Facebook. Mientras que Carlos Terrones destaca la utilización de etiquetas sobre el mundial y la publicación de videos y audios en Twitter. Por otro lado, Juliana Colussi se enfoca en el impacto de publicaciones en video y animaciones en Instagram. Asimismo, Juan Mascardi aborda la presentación de reportes audiovisuales en YouTube.

De acuerdo a los autores mencionados en la investigación, el análisis de contenidos realizados al proyecto y a los entrevistados que se requirió por su experiencia en el tema, podemos finalizar afirmando que en la última década las narrativas transmedia han trazado una línea innovadora en producciones periodísticas en Iberoamérica. En ese sentido, Juan Mascardi sostiene que la narrativa transmedia requiere una actitud en el concepto, creación y producción; así como en las múltiples capacidades de los profesionales que realizan este tipo de producción. Juliana Colussi enfatiza que este tipo de narración utiliza las plataformas tradicionales sumado a las nuevas narrativas que se dirigen a un público consumidor de productos audiovisuales e interactivos en Internet. Por último, Carlos Terrones destaca que las narrativas transmedia son una nueva forma de contar historias desarrolladas en múltiples plataformas, que pueden sensibilizar casos sociales y dar vida a relatos locales.

CONCLUSIONES

Las características de las narrativas transmedia utilizadas en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' son: la autonomía de sus productos, la distribución de sus fragmentos entre múltiples plataformas de medios y la extensión de la historia a nuevos espacios donde los usuarios participan como co-creadores. En cuanto a la primera característica, se ha determinado que sus crónicas, gráficas, entrevistas, fotos, videos 360°, videos virales, podcast, caricaturas, cómics y animaciones han sido elaboradas independientemente en su producción, debido a que cada uno requiere una propia narrativa que se adapte a cada plataforma utilizada, sin embargo, contribuyeron a entender el universo transmedia desarrollado en el proyecto. Sobre la segunda característica, la producción transmedia contó para su distribución con una página web, canales audiovisuales, impresos, redes sociales, herramientas digitales e interactivas. La última característica destaca a los usuarios que participaron como co-creadores en los contenidos publicados a través de los comentarios y post compartidos en sus propias redes sociales, donde etiquetaban a sus contactos o sugerían nuevas caricaturas de futbolistas peruanos al proyecto.

Con respecto a los elementos de la convergencia de medios que tienen presencia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018', se concluyen que fueron las nuevas formas narrativas, laboratorio de medios y los nuevos perfiles profesionales, debido a que el mencionado proyecto utilizó las redes sociales más populares para difundir sus contenidos multiplataforma e interactivos; además, los talleres de periodismo fueron el lugar de producción y edición de profesores y estudiantes de las universidades participantes del proyecto; asimismo, como experiencia vivencial de esta iniciativa digital, los estudiantes se especializaron profesionalmente en edición gráfica, audiovisual, producción de fotos y video 360° dibujo, animación y social media.

Los elementos de la narrativa digital que están presentes en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' son la intertextualidad, hipermedia hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, porque la mayoría de los contenidos desarrollados en este trabajo se componen de textos, imágenes, audios y videos realizados para diferentes plataformas digitales; además los usuarios podían visitar la página web o direccionarse a través de enlaces, tags y etiquetas a diversas redes sociales que podían potenciar los productos gráficos y audiovisuales e interactuar con sus comentarios y reacciones.

Sobre las redes sociales que tienen mayor presencia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' fueron Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, debido a que los productos multimedia utilizaron etiquetas, enlaces, textos, fotos, audios y videos en las mencionadas plataformas. Un aspecto importante que consolida la transmedialidad del proyecto fue la participación de los seguidores. Durante el tiempo que se realizó este evento mundial, y también el proyecto, el usuario de Internet comentó los contenidos, utilizó las reacciones para expresar sus emociones de acuerdo al contenido que se publicaba; compartieron los post con características multimedia en sus propias redes sociales, generando mayor interés en nuevos públicos que consumían información del mundial. Tomando en cuenta las mencionadas características de la participación de usuarios en Internet, se comprobó una de las características mencionadas por Jenkins (2008) respecto a las narrativas transmedia: la participación activa de los usuarios en este tipo de proyectos. Además, el impacto del mencionado proyecto transmedia tuvo alcance en medios peruanos y extranjeros, como El Popular y Líbero (Perú), Rosario Plus y Telefé (Argentina).

Los resultados de la tesis titulada 'La narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' permiten a entender la evolución de las producciones

periodísticas vinculadas a nuevas narrativas que se realizaron en la última década en medios de comunicación, productoras independientes y en universidades. En la presente investigación se confirma que el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' utilizó las narrativas transmedia en distintas plataformas, canales y soportes comunicacionales, logrando llegar a un público juvenil que interactuó con las publicaciones a través de la página web y las redes sociales de la referida iniciativa digital. La temática se centró en el mundial y los jugadores de fútbol que participaron en Rusia 2018 y fue abordada con solvencia por los estudiantes de la Universidad de San Martín de Porres (Perú); Universidad Abierta Interamericana y Universidad de Palermo (Argentina); Universidad de Medellín y Universidad del Rosario (Colombia); Universidad de Sevilla y la Universidad de Castilla–La Mancha (España), participantes del proyecto, quienes narraron contenidos digitales, interactivos y audiovisuales a un público acostumbrado a consumir información en múltiples pantallas.

Casi al finalizar el año 2021, con la disrupción de las tecnologías de la información y comunicación, el auge de la producción multiplataforma, la especialización en el campo digital, las nuevas plataformas, redes sociales y apps, muchos medios de comunicación en nuestros países todavía se mantienen en lo tradicional, en la cotidianeidad de informar las noticias desde el mismo lugar de siempre.

En medio de esta monotonía, surgen las narrativas transmedia en el periodismo como una estrategia para narrar historias dirigidas a nuevos públicos que interactúan a través de múltiples pantallas. El objeto de estudio de la presente tesis nace en el Taller de Periodismo Deportivo Aficionline de la Universidad de San Martín de Porres y pretende irrumpir en medio de los cambios que se van generando en el campo periodístico en el mundo. Los académicos Kinder (1991), Jenkins (2006), Pratten

(2011), Moloney (2011), Renó y Flores (2012) y Scolari (2013) aseguran que las narrativas transmedia son una nueva forma de contar historias, que utilizan las múltiples plataformas de comunicación para comunicarse con un público que interactúa a través de las redes sociales. Iniciativas como el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018' permiten reforzar la idea de la implementación de este tipo de narrativas transmedia en los medios de comunicación, colegios, institutos, universidades, entidades públicas y privadas con el fin de narrar información relevante para la sociedad.

RECOMENDACIONES

Los laboratorios de medios (medialab) de los centros universitarios son los lugares de fomento para el estudio y experimentación de las nuevas narrativas en el campo periodístico.

Las universidades deben impulsar la capacitación de los comunicadores en el manejo de las redes sociales en el periodismo, debido a que esta última década su trabajo está muy ligado a los medios de comunicación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abela, J. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Acosta, A. (2018). Innovación, tecnologías y educación: las narrativas digitales como estrategias didácticas. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 2(2), 31-38.
- Antolín, R. (2012). YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0. España: Doctoral dissertation: Universidad Complutense de Madrid.
- Barajas, R. (2013). La televisión por Internet: de la convergencia a la mutación. *Quórum académico*, 10(2), 277-288.
- Blanco, C., & Castro, A. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *NURE investigación: Revista Científica de enfermería*, (27), 10.
- Barredo, D., Zurita, G y Trámpuz, J. (2017). Horizontes Horizontes epistemológicos y nuevas oportunidades laborales. Algunas reflexiones sobre los roles y sectores profesionales de los comunicadores contemporáneos. En Barredo Ibáñez, D., Colussi, J., & Ortiz Leiva, G. (2017). *Innovación y periodismo: nuevas prácticas para nuevos escenarios*. Editorial Universidad del Rosario.
- Beneforti, M., & Ainchil, M. (2000). *Hipermedia aplicada a la educación* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).
- Caerols-Mateo, R., Frade, A., & Soto, A. (2013). Instagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participado. *Vivat Academia*, 68-78.

- Carrizo, J., & Díaz, O. (2015). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia/Proposal for a generic model of analysis of the structure of transmedia narratives. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 13(2), 260-285.
- Cebrián, M. (2005). *Información multimedia: soportes, lenguaje y aplicaciones empresariales*. Madrid: Pearson Educación.
- Coba, L. (2013). Calidad informativa en la era digital: el gran reto. *Palabra Clave*, 16(3), 666-670.
- Cohen, E. (2002). Online Journalism as Market-Driven Journalism. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46 (4), 532-549.
- Díaz Noci, J. (2001). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Díaz, G., & Ortiz, R. (2005). La entrevista cualitativa. *Universidad Mesoamericana*, 31, 2-31.
- Diezhandino, M. (Coord.) (2012). *El periodista en la encrucijada*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Flores, J. (2014). *Ciberperiodismo. Nuevos medios, perfiles y modelos de negocio en la red*. Lima: USMP.
- García, F. (2006). De la convergencia tecnológica a la convergencia comunicativa en la educación y el progreso. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 4(1), 1-19.
- George, A., y Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press, Cambridge, MA.

- González, M., Fernández, S., & Dasilva, J. (2011). Uso de la web 2.0 en el aprendizaje de la redacción periodística: una experiencia de periodismo ciudadano. *Comunicação & Inovação*, 12(23).
- González, C. (2012). Herramientas sociales en la Web y producción artística. En V. Perales (Eds) *Creatividad y discursos hipermedia*. (p.170). España: Editorial de la Universidad de Murcia.
- González-Carrión, E., & Aguaded, I. (2019). Los instagramers más influyentes de Ecuador. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (31), 159-174.
- Gosciola, V. (2019). Multiplicación audiovisual entre plataformas: el proyecto @julietacapuleto* 2019. En Scolari et al., 2019. *Transmedia Earth Conference: Medios, narrativas y audiencias*
- Hermann, A., & Pérez, A. (2019). Narrativas digitales, relatos digitales y narrativas transmedia. Revisión sistemática de literatura en educación en el contexto iberoamericano. *Revista ESPACIOS*.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Jaramillo, C., Hincapié, J., Cadavid, C., & Arciniegas, C. (2019). Laboratorios de innovación social, como estrategia para el fortalecimiento de la participación ciudadana. *Revista de ciencias sociales*.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). *La cultura de la convergencia*. Brasil: Alephe.
- Jiménez-Narros, C. (2018). La revista universitaria [N] como proyecto multidisciplinar dentro del espacio Nebrija MediaLab. *Vivat Academia*, 21(142), 39-48A.

- Killebrew, K. (2005). *Managing media convergence: pathways to journalistic cooperation*. Iowa: Blackwell Publishing.
- Kirkpatrick, D. (2011) *El efecto Facebook. La verdadera historia de la empresa que está conectando el mundo*. España: Gestión 2000.
- Landow, G. (1995) *Teoría del Hipertexto*. Baltimore: Johns Hopkins U.
- López, C., & Morante, B. M. F. (2004). *Estudio de casos*. F. Salvador Mata, JL Rodríguez Diéguez y A. Bolívar Botia, *Diccionario enciclopédico de didáctica*. Málaga, Aljibe.
- López, X (2009). *Nuevos informadores para un periodismo más dialogante*. En VV.AA. *Periodismo ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo* (63-68). X Congreso de la Sociedad Española de Periodística Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- López, J. (2012) *Redes sociales* En Tascón, M., & Cabrera, M. (Eds.). (2012). *Escribir en Internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Galaxia Gutenberg.
- López, A., & Aramburú, L. (2018). *La mirada del periodista frente a las tecnologías emergentes y otras narrativas posibles*. En Colussi, J., Gomes-Franco e Silva, F., & Melani Rocha, P. (Eds.). (2018). *Periodismo ubicuo: convergencia e innovación en las nuevas redacciones*. Editorial Universidad del Rosario.
- Masip, P., Díaz-Noci, J., Domingo, D., Micó-Sanz, J. L., & Salaverría-Aliaga, R. (2010). *Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia*.
- Martín, J., & Mellado, J. (2016). *Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab*. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*.

- Martín, M. (2017). Haciendo el guion transmedia. En Martín, M., & Rodríguez, S. (2017). Manual de Periodismo Transmedia: Introducción y orientación al desarrollo de reportajes periodísticos transmedia. Argentina: Biblioteca de la Universidad Nacional de Córdoba.
- Molano, M., & González, M. (2009). La próxima Next-Gen. ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 7(1), 132-136.
- Moloney, K. (2011). Porting transmedia storytelling to journalism (Tesis de Maestría). Universidad de Denver, Denver.
- Noci, J., & Salaverría, R. (2003). Hipertexto periodístico: teoría y modelos. Noci, JD & Salaverría, R. Manual de Redacción Ciberperiodística, Barcelona: Ariel, 81.
- Ordóñez, G. (2013). La narrativa del amor y la intimidad en una serie de televisión. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Orellana, D., & Sánchez-Gómez, M. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa.
- Renó, D., & Flores, J. (2012). Periodismo transmedia: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madrid: Editorial Fragua.
- Renó, D. & Flores, J. (2014). Periodismo de datos en el mundo transmedia. En D. Renó, C. Campalans, S. Ruiz y V. Gosciola (Eds.) Periodismo Transmedia: Miradas Múltiples. (pp. 116-117). Barcelona: Editorial UOC.
- Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rojas-Torrijos, J., & Panal, A. (2017). El uso de Instagram en los medios de comunicación deportivos. Análisis comparado de Bleacher Report, L'équipe y Marca. Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación, 38, 1-19.

- Said-Hung, E., Römer, M & Valencia-Cobos, J. (2014). El periodismo transmedia desde los medios digitales iberoamericanos. En Renó, D. (2014). Periodismo transmedia: miradas múltiples. Periodismo transmedia, 1-219.
- Saldaña, W. (2013). Comunicación Web. Medios, Redes Sociales y Blogs en el Ciberespacio. Perú: Fondo editorial de la Universidad de San Martín de Porres.
- Salaverría-Aliaga, R. (2005). Redacción periodística en Internet. Eunsa.
- Salaverría, R., & Negredo, S. (2008). Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol90 Media, 2008.
- ZAGO, G.; BELOCHIO, V. Remediação da experiência de consumo de notícias em sites de redes sociais. Contemporânea, 12(1), 90-106.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. El profesional de la información, 28(1).
- Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.
- Scharager, J., & Reyes, P. (2001). Muestreo no probabilístico. Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología, 1-3.
- Scolari, C., & Establés, M. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. Palabra clave. 2017; 20 (4): 1008-41.
- Telo, T. (2005). Arte, Internet y la reinención de la televisión: el caso TV Swansong. Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social, (7), 0.
- Zúñiga, D (2014). ¿Cómo se twittearía hoy la llegada del hombre a la luna? La transformación narrativa transmediática en la información periodística presentada a través de Twitter En D. Renó, C. Campalans, S. Ruiz y V. Gosciola (Eds.) Periodismo Transmedia: Miradas Múltiples. (p.164). Barcelona: Editorial UOC.

REFERENCIAS DE TESIS

Díaz, A. (2019). Relación de la narrativa transmedia y el tratamiento de la información a través de la plataforma web de RPP. Tesis de Maestría. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.

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.

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 ELECTRÓNICAS

Fiske, J. (2012). Television Culture. New York: Routledge (Traducción propia).

Montoya Bermúdez, D. y Arango Marín, M. (2015). Los sistemas intertextuales transmedia como estrategia pedagógica: De The Walking Dead® a La Odisea. Correspondencia & Análisis, (5), 15-36. doi: <https://doi.org/10.24265/cian.2015.n5.01>

Gulberti, G. (2012). "Pero... ¿qué hace un analista web?" Blog Infoempleo. Extraída el 02/12/2020 desde <https://blog.infoempleo.com/a/1527-2/>

Kinder, M. (1980). The power of Adaptation in "Apocalypse Now". University of California Press, 33(2), 12-20. Disponible en <https://bit.ly/2CErLca>

Liuzzi, A. (2015). El Documental Transmedia: Géneros híbridos, códigos narrativos y experiencias de consumo – Documentales Interactivos y Narrativas

Transmedia. Recuperado el 27 de julio de 2020, desde

<https://medium.com/transmedia-historitelling/el-documental-transmedia-géneros-híbridos-códigos-narrativos-y-experiencias-de-consumo-8b00dde2039f#>

López, S. (2014). Estrategias de enseñanza: hacia la narrativa digital transmedia en el aula virtual. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.

Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:masterComEdred-Sregina/Documento.pdf>

Moreno, I. (2012). Narrativa hipermedia y transmedia. En V. Perales (Eds) Creatividad y discursos hipermedia. (p.21). España: Editorial de la Universidad de Murcia.

Recuperado en <https://books.google.es/books?id=zjl9CHg1ENwC&pg=PA21&dq#v=onepage&q&f=false>

Noguera Vivo, J. (2013). How open are journalists on Twitter? Trends towards the end-user journalism/¿Qué transparencia tienen los periodistas en Twitter? Tendencias hacia un periodismo centrado en el usuario. Comunicación y Sociedad, 26(1), 93. Recuperado de:

http://repositorio.ucam.edu/jspui/bitstream/10952/428/1/CommySociety_Noguera2013.pdf

Pratten, R. (2011). Getting Started with Transmedia Storytelling: A practical guide for beginners. [Publicación del autor]. Disponible en <https://www.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling-2nd-edition>

Tramullas, J. (2002). "Arquitectura de la información: más que diseño, hacia la findability". Boletín de la SEDIC, núm. 39. Extraída el 14/11/2020 desde <https://clip.sedic.es/wp-content/uploads/sites/4/2016/10/clip39.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL PROYECTO 'NOSOTROS SOMOS RUSIA 201

Problema de investigación	Preguntas de investigación	Objetivos	Marco teórico	Categorías	Metodología
<p>El presente trabajo de investigación tiene como objetivo conocer y explorar las implicancias que tienen las NARRATIVA TRANSMEDIA en la producción de contenido periodístico del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.</p> <p>Con este estudio queremos demostrar la importancia que tienen hoy en día las narrativas transmedia y su utilización en aulas universitarias, proyectos independientes y medios de comunicación.</p>	<p>¿Cuáles son la características de la NARRATIVA TRANSMEDIA en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Conocer cuáles son la características de la NARRATIVA TRANSMEDIA en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"</p>	<p>Antecedentes: A nivel internacional:</p> <p>Hernández (2010) 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 por el grado de Doctor en la Universidad Complutense de Madrid, España.</p> <p>García (2013) Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: Representación y participación periodística en el nuevo contexto social, para optar por el grado de Doctor en la Universidad de Sevilla, España.</p>	<p>VARIABLE</p> <p>NARRATIVA TRANSMEDIA</p> <p>DIMENSIÓN 1</p> <p>CONVERGENCIA DE MEDIOS</p> <p>INDICADORES</p> <p>LABORATORIO DE MEDIOS</p> <p>NUEVAS NARRATIVAS</p> <p>NUEVOS PERFILES PROFESIONALES</p>	<p>Paradigma</p> <p>Interpretativo</p> <p>Enfoque</p> <p>Cualitativo</p> <p>Diseño</p> <p>Estudio de caso</p> <p>Técnicas de recolección de datos</p> <p>Entrevista y análisis de contenido.</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario y ficha de análisis de contenido.</p>

			<p>A nivel nacional:</p> <p>Terrones (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, para optar por el grado de Magister en la Universidad de San Martín de Porres, Perú.</p> <p>Díaz (2019) Relación de la narrativa transmedia y el tratamiento de la información a través de la plataforma web de RPP, para optar por el grado de Magister en la Universidad de San Martín de Porres, Perú.</p>	<p>DIMENSIÓN 2</p> <p>NARRATIVA DIGITAL</p> <p>INDICADORES</p> <p>INTERTEXTUALIDAD</p> <p>HIPERMEDIA</p> <p>HIPERTEXTUALIDAD</p> <p>MULTIMEDIALIDAD</p> <p>INTERACTIVIDAD</p>	
--	--	--	--	---	--

	<p>Preguntas de investigación específicas</p> <p>¿Qué elementos de la CONVERGENCIA DE MEDIOS tienen presencia en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018" ?</p> <p>¿Qué elementos de la NARRATIVA DIGITAL están presentes en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"?</p> <p>¿Qué REDES SOCIALES tienen mayor presencia en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Establecer qué elementos de la CONVERGENCIA DE MEDIOS tienen presencia en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018".</p> <p>Determinar qué elementos de la NARRATIVA DIGITAL están presentes en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018".</p> <p>Identificar qué REDES SOCIALES tienen mayor presencia en el proyecto "Nosotros Somos Rusia 2018"</p>	<p>Bases Teóricas:</p> <p>Jenkins Henry, 2006, Convergencia Cultural.</p> <p>Flores, 2014, <u>Ciberperiodismo</u></p> <p>López, 2014, Estrategias de enseñanza: hacia la narrativa digital <u>transmedia</u> en el aula virtual.</p> <p>González, 2012, Creatividad y discursos hipermedia.</p>	<p>DIMENSIÓN 3</p> <p>REDES SOCIALES</p> <p>INDICADORES</p> <p>FACEBOOK</p> <p>TWITTER</p> <p>INSTAGRAM</p> <p>YOUTUBE</p>	
--	--	--	--	---	--

ANEXO 2: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTAR AL EXPERTO:

1. Solicitud.
2. Informe de validación del instrumento.
3. Matriz de consistencia.
4. Operacionalización de las categorías.
5. Cuestionario(s).

Lima, 27 de septiembre de 2021

Mag.

De mi mayor consideración:

Yo, Astrid Anthuanet Aramburú Ortiz, postulante al grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación, me dirijo a usted respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar los objetivos propuestos en mi trabajo de investigación titulado: “La narrativa transmedia en el proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’”

Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello adjunto los documentos siguientes:

1. Matriz de consistencia.
2. Definiciones conceptuales de las categorías (cualitativo).
3. Matriz de operacionalización de las variables o Matriz de categorización de variables.
4. Instrumento a aplicarse (matriz de análisis de contenido – cuestionario – o ambos)
5. Matriz de validación del instrumento.
6. Plantilla de validación.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

.....

Firma

DNI:

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Título de la investigación: La narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'

Tipo de instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Astrid Anthuanet Aramburú Ortiz

Juez o evaluador: David Muñoz Palacios

Grado: Magíster

Especialidad: Periodismo y comunicación digital

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Deficiente 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
			X	

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado ()
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ()



Firma del evaluador

DNI: 41207561

INSTRUMENTO A VALIDAR: CUESTIONARIO

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	CONVERGENCIA DE MEDIOS	Teniendo en cuenta que el proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' se creó, produjo y difundió utilizando diversas plataformas de comunicación, ¿cree que se desarrolló la convergencia de medios en sus contenidos?															
		¿El proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' se puede considerar un trabajo realizado en un laboratorio de medios?															
		¿Está de acuerdo que las nuevas narrativas están presentes en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?															
		¿Los nuevos perfiles profesionales se evidencian en el proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018'?															

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	NARRATIVA DIGITAL	¿Considera que se aplica la narrativa digital en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?															
		¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la intertextualidad?															
		¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la hipermedia?															
		¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la <u>hipertextualidad</u> ?															

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	NARRATIVA DIGITAL	¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la <u>multimedialidad</u> ?															
		¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la interactividad?															

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	REDES SOCIALES	¿Qué importancia tienen los usuarios de Internet al momento de difundir un producto <u>transmedia</u> en las redes sociales?															
		¿Qué rol tuvo Facebook en las publicaciones del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018'?															
		¿Qué rol tuvo Twitter en las publicaciones del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018'?															
		¿Qué rol tuvo Instagram en las publicaciones del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018'?															

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	REDES SOCIALES	¿Qué rol tuvo YouTube en las publicaciones del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018'?															



 Firma del juez o evaluador

1: No se entiende 2: Deficiente 3: Mejorable 4: Aplicable 5: Aplicable
--

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Título de la investigación: La narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'

Tipo de instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Astrid Anthuanet Aramburú Ortiz

Juez o evaluador: Javier García Wong Kit

Grado: Magister

Especialidad: Gestión Cultural

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Deficiente 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
				x

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado ()
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ()



Firma del evaluador

DNI: 40959549

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Título de la tesis: La narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'

Tipo de instrumento: Ficha de análisis de contenido

Autor del instrumento: Astrid Anthuanet Aramburú Ortiz

Juez o evaluador: Ronny Rafael Rojas Rojas

Grado: Magister

Especialidad: Periodismo

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Deficiente 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
				X

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado ()
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ()

.....

Firma del evaluador

DNI: 40351067

INSTRUMENTO A VALIDAR: CUESTIONARIO

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	CONVERGENCIA DE MEDIOS	Teniendo en cuenta que el proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' se creó, produjo y difundió utilizando diversas plataformas de comunicación, ¿cree que se desarrolló la convergencia de medios en sus contenidos?				X					X					X	
		¿El proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' se puede considerar un trabajo realizado en un laboratorio de medios?				X					X					X	
		¿Está de acuerdo que las nuevas narrativas están presentes en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?				X					X					X	
		¿Los nuevos perfiles profesionales se evidencian en el proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018'?				X					X					X	

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	NARRATIVA DIGITAL	¿Considera que se aplica la narrativa digital en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?				X					X					X	
		¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la intertextualidad?				X					X					X	
		¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la hipermedia?				X					X					X	
		¿En las distintas notas del proyecto <u>transmedia</u> 'Nosotros Somos Rusia 2018' está presente la <u>hipertextualidad</u> ?				X					X					X	

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	NARRATIVA DIGITAL				X					X						X	
					X					X						X	

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
NARRATIVA TRANSMEDIA	REDES SOCIALES				X					X						X	
					X					X						X	
					X					X						X	
					X					X						X	

PREGUNTAS			Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias		
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
NARRATIVA TRANSMEDIA	REDES SOCIALES	¿Qué rol tuvo YouTube en las publicaciones del proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018'?					X													

.....
Firma del juez o evaluador

1: No se entiende
2: Deficiente
3: Mejorable
4: Aplicable
5: Aplicable

ANEXO 3: ENTREVISTA A ESPECIALISTAS

Título de tesis para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación: *La narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.*

Presentado por la bachiller: *Astrid Aramburú Ortiz.*

Preguntas para Juan Mascardi

¿Qué es la narrativa transmedia?

La narrativa transmedia es una actitud, es el espacio donde convergen las competencias y habilidades de los nuevos profesionales a la hora de cubrir cualquier tipo de acontecimiento, hecho o suceso. En principio debería preguntarse cuál es la estrategia narrativa más acorde en relación a la historia que le toca contar. Durante mucho tiempo hemos pensado más en clave de proyecto y creo que es muy interesante, pero si analizamos la característica transmedial de cara a los medios masivos de comunicación y al rol del periodista.

¿Considera que se aplican las narrativas transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?

'Nosotros Somos Rusia 2018' es un proyecto que nace transmedia y tiene una incidencia, un concepto, un criterio y una mirada en torno al abordaje de la cobertura de uno de los acontecimientos más importantes en la materia deportiva, que es un mundial de fútbol. Además, ha tenido un rol activo entre estudiantes y docentes de distintos países que ha sido de vanguardia la forma y el ejercicio del dictado de clase y del rol activo de los estudiantes, quienes han propuesto distintos tipos de coberturas y donde los docentes no se aferraron a contenidos programáticos estructurales y rígidos, sino que lo fueron amoldando a un evento. El proyecto del mundial 'Nosotros Somos Rusia 2018' rebalsa lo estrictamente administrativo para transformar el aula en un cúmulo de experiencias.

Teniendo en cuenta que el proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ se creó, produjo y difundió utilizando diversas plataformas de comunicación, ¿cree que se desarrolló la convergencia de medios en sus contenidos?

Ha sido un proyecto altamente convergente en sus plataformas. Además, tuvo presencia en la agenda de medios de cada uno de los países.

¿El proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ se puede considerar un trabajo realizado en un laboratorio de medios?

Es un laboratorio de medios, pero no un laboratorio donde se experimenta sin tener demasiado conocimiento de cuál va a ser el resultado, debido a que en este proyecto se experimenta y comprueba empíricamente el desarrollo de cada una de las etapas proyectuales. No es solamente la experimentación misma, sino que hay un concepto, un criterio de la proyección, la planificación y medición de resultados, donde se pone en juego la comprobación de los contenidos.

¿Está de acuerdo que las nuevas narrativas están presentes en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Están presentes las nuevas narrativas en la extensión del relato, además cuenta con la participación de los usuarios y la reacción de diversos medios tradicionales de comunicación que informaron del proyecto.

¿Los nuevos perfiles profesionales se evidencian en el proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Los roles de quienes desarrollaron el proyecto se evidencia que no son tradicionales, sino convergentes, transmediales.

¿Considera que se aplica la narrativa digital en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Sí, en cada una de sus publicaciones, porque sus notas son multimedia.

¿En las distintas notas del proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ están presentes la intertextualidad, hipermedia, hipertextualidad, multimedialidad y interactividad?

La audiencia tiene un rol altamente activo en esa convergencia transmedial, porque va pasando por distintos medios, plataformas, dispositivos y soportes.

Intertextualidad: De acuerdo a lo observado, las notas del proyecto se vinculan entre ellas a través de los enlaces.

Hipermedia: Las personas tienen la oportunidad de poder ver el material en texto y audiovisual en las redes sociales y en la web del proyecto.

Hipertextualidad: Las características de las notas hacen que las personas puedan interesarse en el relato de una crónica, así como en gráficas, audios y videos.

Multimedialidad: Todas las notas y el mismo proyecto son multimedia.

Interactividad: Tienen gran aceptación a través de las redes sociales.

¿Qué rol tuvieron las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y YouTube en las publicaciones del proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Las audiencias tuvieron un rol activo en la construcción de los contenidos en las redes sociales del proyecto.

- En Facebook destacan las imágenes y videos.
- En Twitter se presentan relatos más cortos, pero le dan importancia al contenido audiovisual.
- En Instagram llamaron la atención las caricaturas y videos.
- En YouTube se presentaron los reportes y producción del proyecto.

Nombre Completo: Juan Mascardi Vigani.

Cargo actual/académico/profesional: Director de las licenciaturas en Periodismo, Producción y Realización Audiovisual de la Universidad Abierta Interamericana, Rosario (Argentina).

Universidad: Universidad Abierta Interamericana.

País: Argentina.

Título de tesis para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación: *La narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.*

Presentado por la bachiller: *Astrid Aramburú Ortiz.*

Preguntas para Juliana Colussi

¿Qué es la narrativa transmedia?

La narrativa transmedia es una forma de narrar que aprovecha las diferentes plataformas, es decir, yo puedo realizar un reportaje que sale en el periódico, pero también puedo generar un especial multimedia y un documental para YouTube.

¿Considera que se aplican las narrativas transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?

En 'Nosotros somos Rusia 2018' si se aplicaron las narrativas transmedia y se difundieron a través de las redes sociales del proyecto.

Teniendo en cuenta que el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se creó, produjo y difundió utilizando diversas plataformas de comunicación, ¿cree que se desarrolló la convergencia de medios en sus contenidos?

Sí hubo convergencia de medios en sus contenidos y plataformas.

¿El proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ se puede considerar un trabajo realizado en un laboratorio de medios?

Considero que sí es un trabajo realizado en un laboratorio de medios universitario.

¿Está de acuerdo que las nuevas narrativas están presentes en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Sí, desde la concepción de los productos, la forma de contar las historias, la estructura y su posterior difusión en las redes sociales.

¿Los nuevos perfiles profesionales se evidencian en el proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Sí, pues creo que los estudiantes tuvieron que trabajar interconectados utilizando las nuevas tecnologías para producir contenido entre las universidades.

¿Considera que se aplica la narrativa digital en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Sí, totalmente se utilizó la narrativa digital en los contenidos de su página web.

¿En las distintas notas del proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ están presentes la intertextualidad, hipermedia, hipertextualidad, multimedialidad y interactividad?

Sí, las notas publicadas del proyecto tienen todas las características de la intertextualidad, hipermedia, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Intertextualidad: La notas presentan hipervínculos que dirigen a otros textos del proyecto.

Hipermedia: En las publicaciones del proyecto se observa una producción multimedia.

Hipertextualidad: En las notas, el usuario puede navegar entre textos imágenes, audios y videos.

Multimedialidad: La mayoría de las publicaciones tienen elementos multimediales.

Interactividad: Los productos transmedia fueron compartidos en redes sociales, donde se contó con la participación de los usuarios.

¿Qué importancia tienen los usuarios de Internet al momento de difundir un producto transmedia en las redes sociales?

Los usuarios tienen una total importancia, porque a través de las redes sociales se enteran y participan de los contenidos que se publican en los proyectos y medios de comunicación.

¿Qué rol tuvieron las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y YouTube en las publicaciones del proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Me parece que las redes sociales fueron fundamentales para difundir el proyecto, primero entre los mismos estudiantes de periodismo de las diversas universidades participantes y después los propios seguidores del proyecto.

- En la red social Facebook se difundieron sobre todo gráficas y contenido audiovisual.
- A través de Twitter se compartieron los productos del proyecto, donde destacaron los contenidos multimedia.
- En la plataforma de Instagram lograron obtener alcance con la publicación de productos animados y materiales audiovisuales.
- En YouTube se compartieron todos los videos desarrollados desde el inicio del proyecto por las universidades.

¿Cuáles son las cualidades que debe tener un periodista para producir contenidos transmedia?

Me parece que entre las cualidades está la creatividad, la capacidad de contar historias de una manera no tradicional, manejar muy bien las herramientas digitales, diseño, cámaras con celular y las redes sociales.

Nombre Completo: Juliana Colussi Ribeiro.

Cargo actual/académico/profesional: Profesora y directora del Programa de Periodismo de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario (Colombia). Es doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (España).

Universidad: Universidad del Rosario (Colombia).

País: Brasil.

Título de tesis para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación: *La narrativa transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.*

Presentado por la bachiller: *Astrid Aramburú Ortiz.*

Preguntas para Carlos Terrones

¿Qué es la narrativa transmedia?

Es una nueva visión al momento de narrar historias, valiéndose de las múltiples plataformas que tiene el campo de la comunicación social y tiene la misión de ser un bálsamo para pensar y repensar nuestra profesión como vehículo de transmisión de relatos locales, dar vida y visibilizar causas sociales y hasta movilizar emociones.

¿Considera que se aplican las narrativas transmedia en el proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'?

Sí, porque desde la concepción de la historia, el diseño de las plataformas, canales y la identidad visual es un proyecto con todas las características de una narrativa transmedia. Además de considerar la actividad participación de los seguidores del proyecto en las redes sociales, quienes le dieron nuevos aires a las publicaciones.

Teniendo en cuenta que el proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se creó, produjo y difundió utilizando diversas plataformas de comunicación, ¿cree que se desarrolló la convergencia de medios en sus contenidos?

Por supuesto, en la mayoría de publicaciones del proyecto se trató de experimentar con diversas plataformas y nuevas tecnologías, como fotos y videos 360°, podcast, transmisiones en vivo y notas multimedia, donde los estudiantes tuvieron que crear contenido para las distintas plataformas de comunicación.

¿El proyecto transmedia 'Nosotros Somos Rusia 2018' se puede considerar un trabajo realizado en un laboratorio de medios?

Sí, nació desde los laboratorios y talleres de periodismo de universidades de Argentina, Colombia, España y Perú, quienes narraron en clave transmedia el Mundial de Rusia 2018. Los estudiantes y profesores de estas universidades

experimentaron con las nuevas narrativas, desde la primeras comunicaciones vía redes sociales y virtuales hasta la coordinación, edición y publicación de contenidos del proyecto.

¿Está de acuerdo que las nuevas narrativas están presentes en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Todo el proyecto está pensado, diseñado y estructurado para que las nuevas narrativas sean el soporte comunicacional para los distintos públicos que visiten ‘Nosotros Somos Rusia 2018’.

¿Los nuevos perfiles profesionales se evidencian en el proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Sí, porque las publicaciones tienen características multimedia y se utilizaron diversas herramientas digitales, redes sociales y plataformas de comunicación que tenían que estar acorde a los tiempos actuales que vivimos en Internet.

¿Considera que se aplica la narrativa digital en el proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

Sí, el aporte que le dieron las diversas universidades no solo se basaron en la redacción de textos (crónicas), sino también se publicaron informes en video, historias en audio (podcast), gráficas, vivencias y transmisiones en vivo en redes sociales, caricaturas, fotos y videos 360°.

¿En las distintas notas del proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ están presentes la intertextualidad, hipermedia, hipertextualidad, multimedialidad y interactividad?

Hay intertextualidad, porque las notas y crónicas se vinculan a través de etiquetas. También presenta hipermedia, porque sus notas tienen características multimedia. De la misma manera, se evidencia la hipertextualidad, porque el diseño del proyecto permite que los usuarios puedan conocer los productos transmediales desde las redes sociales o desde la misma página web. Además, está presente la multimedialidad, porque la mayoría de publicaciones contienen texto, imágenes, videos y audios. Asimismo, existe interactividad, debido a que el proyecto está presente en todas las redes sociales con una activa participación de los seguidores del proyecto.

¿Qué rol tuvieron las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube en las publicaciones del proyecto transmedia ‘Nosotros Somos Rusia 2018’?

El proyecto ‘Nosotros Somos Rusia 2018’ tiene sus cuentas en las principales redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. En Facebook, las publicaciones que más destacaron fueron las fotos y videos. Asimismo, en Twitter, se destacaron las etiquetas relativas al mundial que se vincularon con los contenidos del proyecto. Asimismo, la reproducción de audios y videos.

Además, en Instagram, se utilizaron las historias para anunciar los contenidos multimedia. También destacaron las fotos, gráficas y videos del proyecto. Finalmente, en YouTube se publicó la producción en video de todas las universidades participantes, que generaron expectativa en el público seguidor del proyecto.

Nombre Completo: Carlos Alfredo Terrones Lizana.

Cargo actual/académico/profesional: Profesor y director del proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'.

Universidad: Universidad Privada del Norte (Perú).

País: Perú.