

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

Tema: LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN LOS MEDIOS NATIVOS DIGITALES DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2017.

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Periodismo Digital.

Autor: Licenciado Luis Miguel Herrera Villagómez

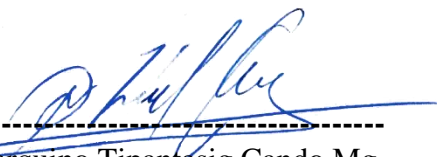
Director: Doctor Alex Rodrigo Tamayo Maldonado, Magíster

Ambato- Ecuador

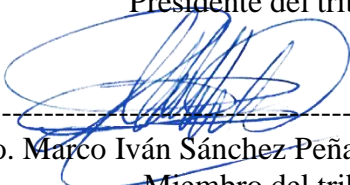
2018

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

El Tribunal receptor del Trabajo de Investigación, presidido por el Doctor Jaime Tarquino Tipantasig Cando Magíster Presidente de Tribunal, e integrado por los señores: Licenciado Marco Iván Sánchez Peña Magíster, Ingeniero Carlos Alberto Martínez Bonilla Magister y Licenciado Wagner Enrique Ortega Arcos Magíster Miembros de Tribunal, designados por la Unidad Académica de Titulación de Posgrado de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, para receptar el Trabajo de Investigación con el tema: “LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN LOS MEDIOS NATIVOS DIGITALES DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2017”, elaborado y presentado por el señor Licenciado Luis Miguel Herrera Villagómez, para optar por el Grado Académico de Magíster en Periodismo Digital; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Dr. Tarquino Tipantasig Cando Mg.
Presidente del tribunal



Lcdo. Marco Iván Sánchez Peña Mg.
Miembro del tribunal



Ing. Carlos Alberto Martínez Bonilla Mg.
Miembro del tribunal



Lcdo. Wagner Ortega Arcos Mg.
Miembro del tribunal

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

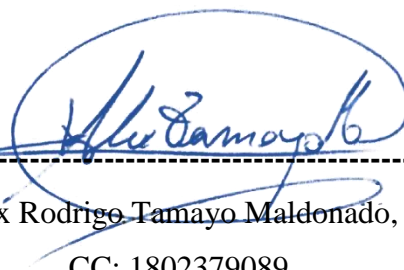
La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en Trabajo de Investigación presentado con el tema: “LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN LOS MEDIOS NATIVOS DIGITALES DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2017”, le corresponde exclusivamente al Licenciado Luis Miguel Herrera Villagómez, Autor bajo la Dirección del Doctor Alex Rodrigo Tamayo Maldonado Magíster, Director del Trabajo de Investigación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Lcdo. Luis Miguel Herrera Villagómez

CC: 0502342553

AUTOR



Dr. Alex Rodrigo Tamayo Maldonado, Mg.

CC: 1802379089

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Investigación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Lcdo. Luis Miguel Herrera Villagómez

CC: 0502342553

AUTOR

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada	i
A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	ii
Autoría del trabajo de investigación	iii
Derechos de autor.....	iv
Índice general de contenidos.....	v
Índice de cuadros	viii
Índice de gráficos	x
Índice de ilustraciones.....	xii
Agradecimiento	xiii
Dedicatoria	xiv
Resumen ejecutivo	xv
Executive summary.....	xvii
Introducción	1

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis crítico.....	12
1.2.3 Prognosis.....	12
1.2.4 Formulación del problema	13
1.2.5 Interrogantes.....	13
1.2.6 Delimitación del objeto de la investigación.....	14
1.3 Justificación	14
1.4 Objetivos	15
1.4.1 General.....	15
1.4.2 Específicos	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos	17
2.2 Fundamentación filosófica	19
2.3 Fundamentación axiológica	19
2.4 Fundamentación legal	20
2.5 Categorías fundamentales	24
2.5.1 Red conceptual de la variable independiente	25
2.5.2 Red conceptual de la variable dependiente	26
2.5.3 Desarrollo teórico de la variable independiente.....	27
2.5.4 Desarrollo teórico de la variable dependiente.....	45
2.6 Hipótesis.....	57
2.7 Señalamiento de Variables	58
2.7.1 Variable Independiente: Narrativa transmedia.....	58
2.7.2 Variable Dependiente: Medios nativos digitales.....	58

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque	59
3.2 Modalidad básica de la investigación	59
3.2.1 Bibliografía – documental.....	59
3.2.2 Investigación de campo.....	60
3.3. Nivel o tipo de investigación	60
3.3.1 Exploratorio	60
3.3.2 Asociación de variables.....	60
3.3.3 Descriptiva	60
3.4 Población y muestra	61
3.5 Operacionalización de las variables	63
3.6 Recolección de la información.....	65
3.6.1 Técnicas e instrumentos	65
3.6.2 Plan para la recolección de información	66
3.6.3 Plan de procesamiento de la información	66

3.6.4 Análisis e interpretación de resultados	67
---	----

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación.....	68
4.1.1 Encuesta dirigida a los ciudadanos	68
4.1.2 Preguntas a Profesionales de los medios nativos digitales	85
4.2 Comprobación de hipótesis.....	96

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones	98
5.2 Recomendaciones.....	99

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos.....	100
6.2 Antecedentes de la propuesta	101
6.3 Justificación	101
6.4 Objetivos	102
6.5 Análisis de factibilidad.....	103
6.6 Fundamentación	103
6.7 Metodología, modelo operativo	104
6.8 Descripción de la propuesta	105
6.9 Administración de la propuesta.....	118
6.10 Previsión de la evaluación.....	119

MATERIALES DE REFERENCIA	120
---------------------------------------	------------

ANEXOS	127
---------------------	------------

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Características de los medios nativos digitales	7
Cuadro 2: Principios de la narrativa transmedia	37
Cuadro 3: Población y muestra	61
Cuadro 4: Variable Independiente: Narrativa transmedia	63
Cuadro 5: Variable Dependiente: Medios nativos digitales	64
Cuadro 6: Plan para la recolección de información	66
Cuadro 7: Participación en un medio digital.....	68
Cuadro 8: Recibir información a través de un juego por un medio digital	69
Cuadro 9: Participación en grupos de trabajo en medios digitales	70
Cuadro 10: Uso de historietas en medios digitales para una mejor información..	71
Cuadro 11: Uso de recursos tecnológicos de los medios digitales.....	72
Cuadro 12: Motivación a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital	73
Cuadro 13: Conocimiento de los medios nativos digitales	74
Cuadro 14: Conocimiento de algún medio nativo digital local	75
Cuadro 15: Espacios de opinión en medios de Comunicación tradicionales.....	76
Cuadro 16: Uso del internet para escuchar radio o ver programas de televisión..	77
Cuadro 17: Información satisfactoria de los medios nativos digitales.....	78
Cuadro 18: Mejor información con la ciudadanía en un medio nativo digital ...	79
Cuadro 19 : Contribución al desarrollo de la sociedad de medios nativos digitales	80
Cuadro 20: Participación en un medio nativo digital.....	81
Cuadro 21: Preferencias de información de un medio nativo digital.....	82
Cuadro 22: Información de los medios sobre posible erupción del Cotopaxi	83
Cuadro 23: Preferencias de participación en un medio nativo digital	84
Cuadro 24: Conocimiento de la narrativa transmedia.....	85
Cuadro 25: Implementación de mejores técnicas para una mejor información....	86
Cuadro 26: Información con contenido cultural a través de un video juego	87
Cuadro 27: Medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos	88
Cuadro 28: Implementación de la narrativa transmedia en medios nativos digitales ...	89
Cuadro 29: Conocimiento de los medios nativos digitales	90
Cuadro 30: Medio nativo digital como un instrumento periodístico	91

Cuadro 31: Medio nativo digital como elemento de apoyo informativo	92
Cuadro 32: Mejor información del medio nativo digital con la ciudadanía	93
Cuadro 33: Contribución al desarrollo social con medios nativos digitales	94
Cuadro 34: Crecimiento del periodismo digital en la ciudad.....	95
Cuadro 35: Metodología, Modelo operativo	104
Cuadro 36: Administración de la propuesta	118
Cuadro 37: Previsión de la evaluación.....	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol del problema	11
Gráfico 2: Categorías fundamentales	24
Gráfico 3: Red conceptual de la variable independiente.....	25
Gráfico 4: Red conceptual de la variable dependiente.....	26
Gráfico 5: Participación en un medio digital	68
Gráfico 6: Recibir información a través de un juego por un medio digital.....	69
Gráfico 7: Participación en grupos de trabajo en medios digitales.....	70
Gráfico 8: Uso de historietas en medios digitales para una mejor información ...	71
Gráfico 9: Uso de recursos tecnológicos de los medios digitales	72
Gráfico 10: Motivación a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital.....	73
Gráfico 11: Conocimiento de los medios nativos digitales.....	74
Gráfico 12: Conocimiento de algún medio nativo digital local	75
Gráfico 13: Espacios de opinión en medios de Comunicación tradicionales	76
Gráfico 14: Uso del internet para escuchar radio o ver programas de televisión .	77
Gráfico 15: Información satisfactoria de los medios nativos digitales	78
Gráfico 16: Mejor información con la ciudadanía en un medio nativo digital	79
Gráfico 17: Contribución al desarrollo de la sociedad de medios nativos digitales	80
Gráfico 18: Participación en un medio nativo digital	81
Gráfico 19: Preferencias de información de un medio nativo digital	82
Gráfico 20: Información de los medios sobre posible erupción del Cotopaxi.....	83
Gráfico 21: Preferencias de participación en un medio nativo digital.....	84
Gráfico 22: Conocimiento de la narrativa transmedia	85
Gráfico 23: Implementación de mejores técnicas para una mejor información....	86
Gráfico 24: Información con contenido cultural a través de un video juego	87
Gráfico 25: Medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos	88
Gráfico 26: Implementación de la narrativa transmedia en medios nativos digitales...	89
Gráfico 27: Conocimiento de los medios nativos digitales.....	90
Gráfico 28: Medio nativo digital como un instrumento periodístico	91
Gráfico 29: Medio nativo digital como elemento de apoyo informativo.....	92
Gráfico 30: Mejor información del medio nativo digital con la ciudadanía	93

Gráfico 31: Contribución al desarrollo social con medios nativos digitales.....	94
Gráfico 32: Crecimiento del periodismo digital en la ciudad	95

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Elementos de la narrativa Transmedia	35
Ilustración 2: Componentes importantes de la narrativa transmedia	36
Ilustración 3: Medios nativos digitales del Ecuador	55
Ilustración 4: Porcentajes de seguidores en las redes sociales	55
Ilustración 5: Esquema del reportaje transmedia	108
Ilustración 6: Portada principal	110
Ilustración 7: Portada 2	110
Ilustración 8: Portada 3	111
Ilustración 9: Portada 4	111
Ilustración 10: Interior 1	112
Ilustración 11: Interior 2	112
Ilustración 12: Interior 3	113
Ilustración 13: Interior 4	113
Ilustración 14: Diseño de la APP	114
Ilustración 15: Primer boceto de la historieta	116
Ilustración 16: Diseño final de la historieta	117

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato por su excelencia educativa.

A mis maestros y en especial al Dr. Alex Tamayo Maldonado por su calidad humana, apoyo y acertada dirección en esta investigación y a la Lcda. Mg. Paulina Tamayo por ser un ejemplo personal y profesional.

Luis

DEDICATORIA

A Dios, a mi esposa Fernanda y a mi hijo Carlos por ser mi mayor fortaleza, a mi madre Guadalupe y a mi padre que me acompaña cada día desde el cielo.

Luis.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

TEMA:

“LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN LOS MEDIOS NATIVOS DIGITALES DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2017”

AUTOR: Licenciado Luis Miguel Herrera Villagómez.

DIRECTOR: Doctor Alex Rodrigo Tamayo Maldonado, Magíster

FECHA: 17 de julio de 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La narrativa transmedia es una forma de transmitir información detallada secuencialmente a través de plataformas digitales, que además permiten interactuar con los usuarios, y uno de los objetivos principales de este recurso tecnológico innovador es perfeccionar los contenidos de la información. Los medios digitales actuales, son herramientas indispensables para lograr una mayor comunicación con los ciudadanos, y es aquí donde toman importancia los medios nativos digitales que son los llamados a informar de manera oportuna de hechos que atañen a toda la sociedad. La narrativa transmedia debe ser implementada en los medios nativos digitales con el fin de llegar oportunamente a los ciudadanos con información precisa ante las necesidades sociales de la población. De acuerdo a estos argumentos se desarrolló la presente investigación, con el respaldo teórico de la narrativa transmedia y los medios nativos digitales; además del trabajo de campo que se realizó en la ciudad de Latacunga mediante encuestas dirigidas a la población del casco central y a profesionales de la comunicación. Con los resultados obtenidos en las encuestas, se estableció en la propuesta; la creación de un sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga.

Palabras clave: Comunicación de riesgo, comunicación interactiva, información expansiva, medios digitales, narrativa transmedia, nativos digitales, periodismo digital, plataformas digitales, reportaje multimedia, volcán Cotopaxi.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

THEME:

“THE TRANSMEDIA NARRATIVE IN THE DIGITAL NATIVE MEDIA OF
THE CANTON LATACUNGA, PROVINCE OF COTOPAXI, DURING THE
SECOND HALF OF 2017”

AUTHOR: Licenciado Luis Miguel Herrera Villagómez

DIRECTOR: Doctor Alex Rodrigo Tamayo Maldonado, Magíster

DATE: July 17, 2018

EXECUTIVE SUMMARY

The transmedia narrative is a way of transmitting detailed information sequentially through digital platforms, which also allow users to interact, and one of the main objectives of this innovative technological resource is to improve the content of the information. The current digital media are indispensable tools for achieving greater communication with citizens, and this is where digital native media are important, and are called to inform in a timely manner of facts that concern the whole society. The transmedia narrative must be implemented in digital native media in order to inform citizens in a timely manner with accurate information regarding the social needs of the population. According to these arguments the present investigation was developed, with the theoretical support of the transmedia narrative and the digital native media; in addition to the field work that was carried out in the city of Latacunga through surveys directed to the population of the central helmet and to professionals of the communication. With the results obtained in the surveys, it was established in the proposal; the creation of a website specialized in risk communication for the canton of Latacunga.

Keywords: Cotopaxi volcano, digital journalism, digital media, digital natives, digital platforms, expansive information, interactive communication, multimedia report, Risk communication, transmedia narrative.

INTRODUCCIÓN

El tema desarrollado en la presente investigación es “LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN LOS MEDIOS NATIVOS DIGITALES DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2017”, las variables estudiadas son consideradas parámetros periodísticos y de información, por lo tanto, sirvieron para desarrollar el presente trabajo de investigación, el mismo que consta de lo siguiente:

EL CAPÍTULO I: EL PROBLEMA. Contiene el tema, planteamiento del problema, contextualización macro, meso, micro, el árbol del problema, el análisis crítico, la prognosis, la formulación del problema, los interrogantes de la investigación, la delimitación del objeto de investigación, la justificación y los objetivos general y específicos.

EL CAPÍTULO II: EL MARCO TEÓRICO. Comprende los antecedentes investigativos, las fundamentaciones, las categorías fundamentales, las redes conceptuales de cada variable, desarrollo teórico de las variables, independiente y dependiente, la formulación de la hipótesis y el señalamiento de variables.

EL CAPÍTULO III: LA METODOLOGÍA. Abarca el enfoque de la investigación, la modalidad básica de la investigación, la población y muestra, la operacionalización de las dos variables, independiente y dependiente, las técnicas e instrumentos de investigación, el plan de recolección de la información, el plan de procesamiento de la información y el análisis e interpretación de los resultados.

EL CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS. En este capítulo se explica el análisis e interpretación de los resultados mediante cuadros y gráficos extraídos de la aplicación de las encuestas realizadas a los ciudadanos de la ciudad de Latacunga y profesionales en el área de periodismo, para terminar con la comprobación de la hipótesis.

EL CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. En esta parte del trabajo de Investigación se especifica las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado mediante la indagación de campo.

EL CAPÍTULO VI: LA PROPUESTA. Este capítulo consta del Título de la Propuesta, Datos informativos del beneficiario, Antecedentes de la Propuesta, Justificación, Objetivos: General y Específicos, Análisis de Factibilidad, Fundamentación Teórico Científica de la propuesta, Modelo Operativo, Plan de Acción, Administración, Plan de Evaluación de la Propuesta, Plan de Monitoreo y Evaluación.

Finalmente se concluye con el **MATERIAL DE REFERENCIA**, y los **ANEXOS**.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

“La Narrativa Transmedia en los Medios Digitales Nativos del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, durante el segundo semestre del 2017.”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

Macro

En el mundo globalizado actual, los medios digitales, contienen información de diversas fuentes, en especial el Internet, pero no solo requieren de esta tecnología, sino de las diferentes plataformas que le permitan difundir con mayor detalle los hechos noticiosos, informativos o documentales, que llegan a los ciudadanos, es por esto que existe la necesidad de contar con la narrativa transmedia que, con sus diferentes recursos, puede contribuir eficientemente a través de los medios digitales que están al alcance de la población.

La narrativa transmedia, al utilizar varios medios audiovisuales, amplía los contenidos tradicionales, como por ejemplo una película o un videojuego, los cuales contará la historia de manera distinta a la que se encuentra en el contenido del libro al que hacen referencia, dando mayores detalles o proponiendo retos a los consumidores (Crónica, 2017, p. 1).

Existen grandes posibilidades en el desarrollo de los medios digitales nativos debido a que “(...) Las narrativas transmedia son expansiones de un mundo narrativo que puede crecer a través de múltiples plataformas” (Busquets, 2013, p. 1).

Según lo manifestado, las narrativas transmedia tienen una variedad de opciones para ser desarrolladas en el mundo actual de la comunicación o la transmisión de información, la mejor opción para este desarrollo son las plataformas digitales que brindan campos de acción para desarrollar una mejor narrativa de temas variados que pueden ser adaptados a estas plataformas. Al respecto se menciona que:

(...) El acceso a ese mundo narrativo puede realizarse desde cualquiera de esas plataformas sin necesidad de haber consumido las anteriores, la unidad tiene significado completo, e ir saltando de una a otra para ampliar el conocimiento del total de la narración (Busquets, 2013, p. 1).

Un ejemplo digno de ser tomado en cuenta se dio en la ciudad de Nueva York en un museo de arte contemporáneo que en el año 2004 con la ayuda del colectivo *ArtMobs* creó audioguías para visitar las exhibiciones del museo, las cuales tuvieron éxito y este museo propuso que a visitantes crear sus propias audioguías para compartir con el resto de personas (Busquets, 2013, p. 1).

Otro ejemplo es el laboratorio itinerante de narrativas transmedia y diseño experiencial *Story Hackers*, muy práctico en los festivales de cine, *meetups*, y varios eventos de arte y tecnología (Bocanegra, 2016, p. 1).

Este laboratorio ha recorrido diferentes países de Latinoamérica y Europa exponiendo las narrativas transmedia, además de ser presentado en festivales internacionales como el Festival Internacional de Cine de Berlín, en el que compartió con conocidos oradores de transmedia y realidad virtual como Brillhart de Google VR, Gabo Arora (UN) y Michel Reilhac (Bocanegra, 2016, p. 1).

La narrativa transmedia es una estrategia utilizada desde lo periodístico y lo multimedial. No es tan genérico.

Irigaray (2016) comenta que en América Latina se ha tomado la delantera en el desarrollo de las narrativas interactivas y el soporte de las tecnologías digitales, con el aporte de inversiones que dan el crecimiento a la narrativa transmedia. Este desarrollo es una influencia positiva a todos los países de la región los cuales tienen el reto de transformar positivamente la información con estos avances que se van dando en Latinoamérica.

En Argentina se desarrolla un proyecto del canal Encuentro “En relación con esto, es relevante mencionar la actividad del canal en las redes sociales como dispositivos fundamentales para visualizar sus programas y hacer circular información sobre ellos.” (Corte, 2016, p. 368).

El canal Encuentro desde su creación se ha venido desarrollando como generador y a la vez productor de contenidos audiovisuales aplicados por el Ministerio de Educación de Argentina en el sistema educativo (Corte, 2016, p. 364), además es destacable que “En su canal de Youtube la señal cuenta con casi 100.000 suscriptores y más de 3 millones de reproducciones, en Facebook posee casi 900.000 seguidores y en Twitter 230.000, aproximadamente” (Corte, 2016, p. 368).

En la región además existen casos importantes de periódicos digitales como son “El País”, el cual nació en Madrid, España y al momento se ha convertido en un periódico global “con vocación iberoamericana” (El País, 2017). Otra referencia importante es La Nación, periódico digital de Argentina con sus variadas plataformas innovadoras.

Un pionero de los periódicos digitales es “*The Guardian*”, es un periódico británico de corte generalista, cuyas raíces tienden al liberalismo, sus editoriales son cercanas a la izquierda, este es un periódico que pertenece a *Guardian Media Group*. Se publica de lunes a sábado con formato berlinés. Es el único periódico que publica a color a nivel nacional, por lo que le hace distinto a los demás (Universidad de Valladolid, 2015).

Meso

En el Ecuador, de acuerdo a datos del INEC; en el año 2016, determinó que 4,2 millones de personas acceden a las redes sociales a través de teléfonos celulares, resaltando también que el número de usuarios de estos dispositivos creció 700% en 5 años, además en ese mismo año el INEC indicó que el uso del Internet de los ecuatorianos desde su dispositivo móvil es de un 90% y que un 69% de ellos, lo hace desde las computadoras personales (Tendencias digitales, 2017).

Los medios digitales de comunicación están al alcance de la mayor parte de la ciudadanía ecuatoriana, por lo tanto, deben tener una información más completa y profesional para emitir los mensajes. Es de gran ayuda para este tipo de medios la narrativa transmedia, la cual puede aportar, a través de sus plataformas informativas, una descripción más completa de la información, contribuyendo con historias narradas, creando personajes interpretativos, relacionados con los contenidos del material informativo de estos medios.

Las redes sociales permiten consolidar esta narrativa para reforzar el relato de los acontecimientos, como es el caso del terremoto acontecido en las provincias ecuatorianas Manabí y Esmeraldas en abril del 2006. Enríquez (2016), en su tesis, refiere la importancia de las redes sociales en la construcción de la narrativa de los hechos de este desastre natural, luego el fortalecimiento de las narrativas transmediales del terremoto y creación de personajes.

En el país se ha venido implementando estrategias novedosas relacionadas con la narrativa transmedia como es el caso del programa gubernamental EDUCA, “(...) es la señal de televisión educativa, cuyo objetivo es crear un sistema multimedios complementario al modelo pedagógico para la difusión de contenidos educativos (...)” (Rigcha & Salguero, 2015, p. 17).

El siguiente registro fue tomado de un artículo de la revista “Chasqui”, en la que se describen características de los medios nativos digitales existentes hasta el año 2016.

Características de los medios nativos digitales existentes hasta el año 2016
<ul style="list-style-type: none"> • En el Ecuador existen 133 radios 30 canales de TV y 57 impresos que vienen desde los medios matriciales o tradicionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Existe un total de 34 medios de comunicación nativos digitales, 14 radios y cuatro revistas.
<ul style="list-style-type: none"> • Las provincias con mayor número de medios digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja, Cañar y El Oro; la región Sierra es donde más medios fueron identificados
<ul style="list-style-type: none"> • Se identifican provincias en donde no existen medios digitales: Napo, Orellana, Zamora y Carchi
<ul style="list-style-type: none"> • Los principales ejes noticiosos en estos medios son: nacionales, política, internacional, deportes, entretenimiento, opinión, economía y negocios.
<ul style="list-style-type: none"> • Un 70% de los medios digitales del Ecuador actualiza diariamente Sus contenidos informativos.
<ul style="list-style-type: none"> • Los periódicos digitales, tanto matriciales como nativos, son los que más cumplen.
<ul style="list-style-type: none"> • La inmediatez en las radios y la televisión en línea se dan en las transmisiones que realizan.
<ul style="list-style-type: none"> • 43 medios de los 254 no integran redes sociales.
<ul style="list-style-type: none"> • Las redes sociales más usadas en los medios digitales ecuatorianos por orden de importancia, son: Facebook, Twitter, RSS, Youtube, Ustream, JustinTV, Google
<ul style="list-style-type: none"> • Los periódicos matriciales y digitales son los que más integran enlaces hipertextuales en la información que publican; canales de televisión, las revistas y las radios, en su gran mayoría no los integran.
<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría medios digitales publica información en texto y fotos; el video insertado es la herramienta multimedia más usada; la transmisión de radio y televisión son las herramientas más usadas por las radios y los canales.

Cuadro 1: Características de los medios nativos digitales

Fuente: Rivera J. , 2013, p. 117

Elaborado por: Luis Herrera Villagómez

A la fecha de la observación, los comentarios eran la herramienta de interactividad más usada por los medios periodísticos digitales. Medios como El Comercio suprimieron los comentarios de sus versiones digitales desde septiembre de 2012, El Universo, Expreso, diario Hoy mantuvieron los comentarios, pero con un registro previo para usuarios (Rivera J. , 2013, p. 117).

El incremento de medios nativos digitales se da porque resulta más económico, el abrir y mantener estos medios, que los tradicionales. “Además, no se necesita de una frecuencia asignada por el Estado ni de “engorrosos” trámites para montar una radio o una TV ‘online’. Y están prácticamente fuera del radar de la Ley Orgánica de Comunicación (...)” (Jaramillo, 2016).

Además, se aclara en la cita periodística que, debido a la falta de recursos económicos para la permanencia de estos medios, y debido a estas limitaciones no se ha podido lograr un equilibrio para su sostenibilidad, se manifiesta que de los 34 medios que hubo en el 2012, se mantienen apenas 15. La causa principal es la falta de dinero (Jaramillo, 2016).

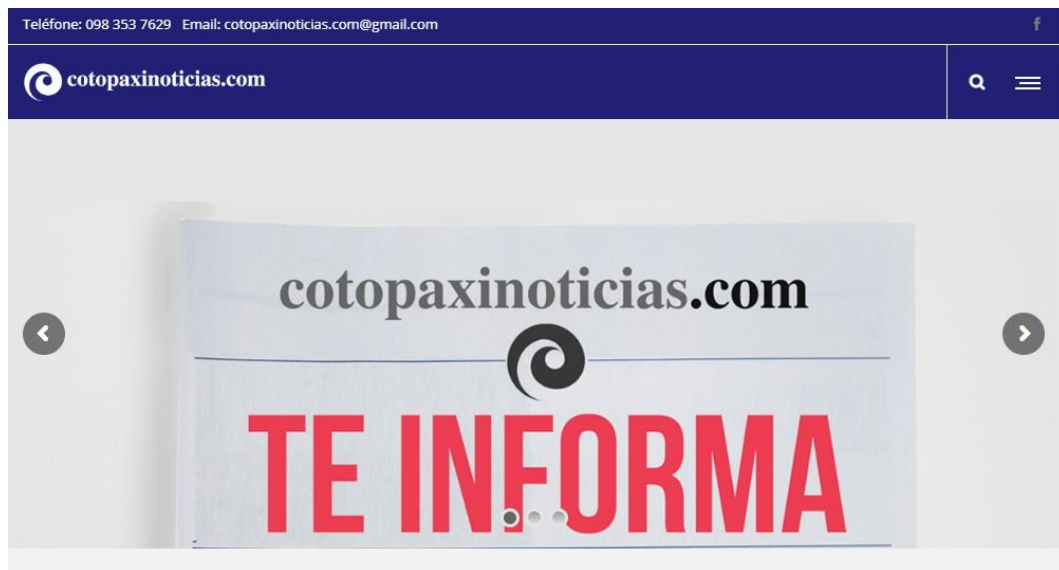
Si bien, los medios digitales nativos necesitan de recursos económicos necesarios para su mantenimiento, la realidad es que requieren de menores recursos para su implementación, es por esto que estos medios están al alcance de gente emprendedora que está dispuesta a trasladar una información efectiva y veraz.

Micro

El problema que se presenta actualmente en los medios digitales nativos de la ciudad de Latacunga es el poco uso de la narrativa transmedia, necesaria para procesar información veraz y de calidad, y es, este tipo de información que requiere la ciudadanía, pero sobre todo presentar los hechos periodísticos desde varias plataformas y contextos para ampliar el rango de usuarios de la información y su interacción con la misma.

En la provincia de Cotopaxi a la fecha de la investigación existen dos medios nativos digitales, que mantienen periodicidad en sus publicaciones y que han pasado de ser experimentos, manteniendo periodicidad sobre sus publicaciones y labor periodística, para convertirse en referentes inclusive del periodismo digital en el país, estos son: Cotopaxi noticias y Al día online.

Cotopaxi noticias. - Su dirección electrónica es <https://cotopaxinoticias.com/>, este medio fue fundado por Luis Muñoz, y desde sus inicios en el año 2015, tenía la cobertura en la provincia de Cotopaxi, para luego extenderse a todas las provincias centrales del Ecuador. Su impacto ha llegado a toda la región, en especial por ser el primero en traducir notas en kichwa. Este portal ha llegado a ser muy conocido por la población y autoridades provinciales, superando las 3.500 visitas diarias (Morán, 2015).



<https://cotopaxinoticias.com/>



<https://twitter.com/cotopaxinoticia?lang=es>

Al día online.- Su dirección es: <http://aldiaonline.com/>, es un medio nativo digital de la ciudad de Latacunga, que ofrece información diaria sobre los acontecimientos de la ciudad y la provincia de Cotopaxi.



<http://aldiaonline.com/>



<https://twitter.com/AlDiaOnline1?lang=es>

Árbol del problema

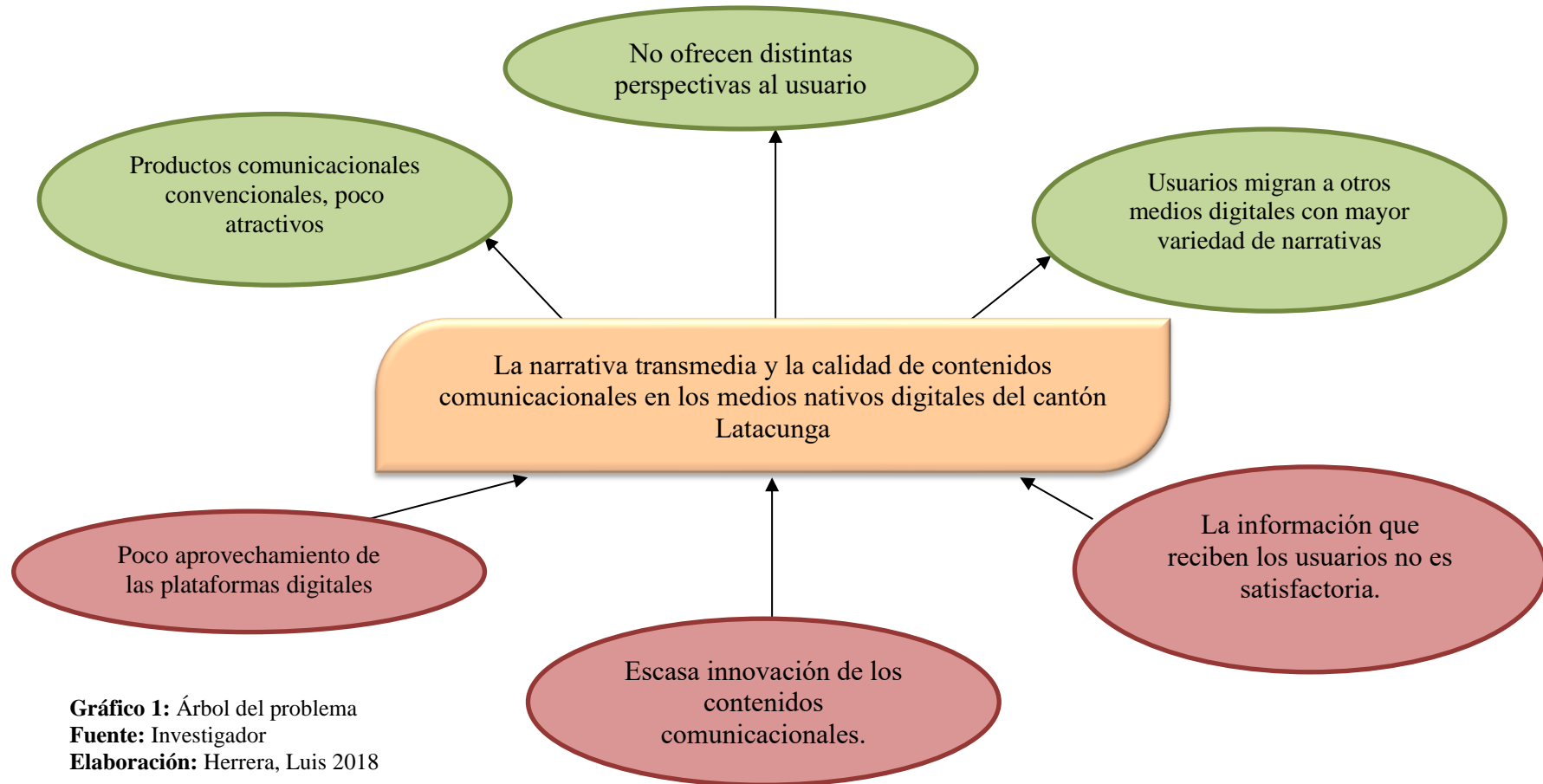


Gráfico 1: Árbol del problema
Fuente: Investigador
Elaboración: Herrera, Luis 2018

1.2.2 Análisis crítico

La poca producción de narrativa transmedia en los medios nativos digitales del cantón Latacunga, se debe a varios factores como desconocimiento, carencia de personal capacitado, falta de talento humano, falta de tiempo para realizar productos complejos, dando como resultado una limitación en la calidad de contenidos comunicacionales en los medios nativos digitales del cantón Latacunga.

Los medios nativos digitales en Latacunga nacieron desde el empirismo y van perfeccionándose en el tiempo, sin embargo, casi en todos los casos hasta la actualidad mantienen formatos de narrativas muy parecidas a los medios impresos y tradicionales, es decir escasa innovación de sus contenidos, esto a pesar que no fueron medios matriciales, así mismo en éstos, se van implementando poco a poco nuevas plataformas y se van diversificando sus contenidos, sin embargo aún no se elabora productos más complejos como la narrativa transmedia, lo que supone un alejamiento de las tendencias de periodismo digital actual.

Esta narrativa permite que las historias contadas a través de diferentes plataformas capten la atención en distintos momentos y contextos de los perfiles de usuarios, buscando satisfacer las necesidades informativas de los usuarios, esto a su vez admite crear una comunidad ubicua alrededor de las historias. La potencialidad de la narrativa transmedia para enriquecer la experiencia de los usuarios es altísima, de hecho, Scolari (2014) afirma que “(...) En la actualidad casi no quedan actores de la comunicación que no estén pensando su producción en términos transmediáticos, desde la ficción hasta el documental, pasando por el periodismo, la publicidad y la comunicación política” (p. 72).

1.2.3 Prognosis

Si los medios nativos digitales del cantón Latacunga no aprovechan la convergencia, en sus múltiples aristas, siendo que esta, posibilitó la emergencia de un escenario tecno-comunicacional donde las narrativas digitales comenzaron un

proceso de transmediación, podrían correr el riesgo de quedar fuera de alcance de los nuevos públicos y espectadores tecnológicos que se expanden a través de las diversas plataformas digitales.

Si los medios nativos digitales de Latacunga no incorporan narrativas transmedia en sus plataformas no podrán enriquecer la experiencia comunicacional de los usuarios, así mismo, no podrán proporcionar a los usuarios diferentes puntos de entrada para la historia, ya que pensar y producir de manera transmediática constituye un desafío en la medida en que el relato se sostiene en la intertextualidad.

Por otra parte, al ser cuestión fundamental de la narrativa la participación de los usuarios, y que son ellos los que asumen la tarea de ensanchar el relato, y al no implementar este tipo de narrativas, en los medios digitales de Latacunga podría verse reducida la interacción y participación de los usuarios en las diferentes historias desarrolladas.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo la aplicación de la narrativa transmedia depende del estilo, la línea editorial y la capacidad de producción en los medios nativos digitales del cantón Latacunga?

1.2.5 Interrogantes

¿Cuál es el nivel de aplicación de la narrativa transmedia en los medios nativos digitales de Latacunga?

¿Qué impacto tienen los contenidos comunicacionales de los medios nativos digitales en la población de Latacunga?

¿Cuáles son las opciones de solución que se presentarán para que la narrativa transmedia sirva como referente para los periódicos digitales nativos del cantón Latacunga?

1.2.6 Delimitación del objeto de la investigación

Campo: Comunicación

Área: Periodismo Digital

Aspecto: Narrativa Transmedia

- **Delimitación espacial:** La investigación tendrá lugar en el casco central de la ciudad de Latacunga perteneciente a la provincia de Cotopaxi.
- **Delimitación temporal:** El trabajo de investigación se desarrollará durante el segundo semestre del año 2017.
- **Unidades de observación**
 - Medios nativos digitales.
 - Periodistas de Latacunga.
 - Ciudadanos del área urbana, en el casco central del cantón Latacunga.

1.3 Justificación

El deseo de superación, motiva al investigador para indagar sobre el avance de los medios digitales, los cuales son parte fundamental del desarrollo informativo, implementando nuevas técnicas que alcanzan a mayor número de usuarios volviéndose más interactivos.

La investigación es de **interés**, sobre todo a los medios digitales de comunicación, ya que ellos pueden contar con una plataforma digital óptima para desarrollar una mejor comunicación con los usuarios de los medios.

La **importancia** de esta investigación está centrada en la aplicación de la narrativa transmedia, como un recurso adecuado para los profesionales de la comunicación de la ciudad de Latacunga.

La investigación es **novedosa** porque este tema es prácticamente nuevo en la ciudad de Latacunga, por lo que el análisis que se haga del mismo, contribuirá plenamente a la emisión más correcta de la información a la que accederán los usuarios de los distintos medios de la ciudad.

Este estudio aportará al conocimiento de esta nueva tecnología, la cual llegará directamente a los **beneficiarios**, que son los ciudadanos que acudirán a los medios en busca de información necesaria en el desarrollo intelectual y cultural de las personas, además se beneficiarán también los profesionales de comunicación que laboran en estos medios al estar actualizados con estas nuevas plataformas digitales informativas.

La presente investigación es **factible**, debido a que el investigador, utilizando sus propios recursos, podrá realizar el trabajo de campo necesario que le permita llegar a las mejores conclusiones que lleguen a solucionar el problema presentado, además de contar con la colaboración del personal educativo de la universidad y de profesionales del periodismo de la ciudad de Latacunga.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Analizar la narrativa transmedia en los medios nativos digitales del cantón Latacunga.

1.4.2 Específicos

- Establecer el nivel de aplicación de la narrativa transmedia para mejorar la calidad de contenidos comunicacionales en los medios nativos digitales del cantón Latacunga.
- Determinar el nivel de desarrollo de la narrativa transmedia en el periodismo nativo digital en Latacunga.
- Diseñar un sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga que sirva como referente para los periódicos nativos digitales de la ciudad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Habiendo investigado en el repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato, no se han encontrado trabajos relacionados con el tema de la presente investigación, sin embargo, existen otros estudios realizados.

La autora Lorenzi (2016), en su tesis doctoral, cuyo tema es “Fundamentos de la narrativa transmedia para el desarrollo del periodismo de datos”, presenta los siguientes objetivos relacionados con la narrativa transmedia:

1. Explorar conceptos teóricos sobre periodismo de datos, Reportaje Asistido por Computador, Narrativa transmedia y algoritmos para desarrollar con cualquier lenguaje de programación;
2. Desarrollar parámetros y métodos para el ejercicio del periodismo de datos a partir de conceptos de contenidos colaborativos y medios sociales (p. 59).

Entre sus conclusiones vale la pena mencionar las siguientes:

La narrativa transmedia es elemento esencial para la construcción de contenidos periodísticos resultantes de la investigación en base de datos, especialmente, por su capacidad de presentar contenidos en formatos multilinguaje y en diversas plataformas digitales y multimedia.

Aunque la sociedad no esté totalmente digitalizada, las investigaciones bibliográficas y los estudios de caso desarrollados demuestran una tendencia de digitalización creciente de contenidos y de la relación entre medios y ciudadanos, lo que actualmente implica un cambio en la brecha digital (Lorenzi, 2016, pp. 343-344).

La autora recalca la importancia de la relación que existe entre los medios digitales y la población, así como la necesidad de implementar la narrativa transmedia en el desarrollo de los contenidos.

Lovato (2015), de la sección del libro: “Producciones transmedia de no ficción”. En el tema titulado “Del periodismo multimedia al periodismo transmedia”, hace la siguiente conclusión:

(...) es posible sostener que, en el salto del documental multimedia hacia el documental transmedia, nos encontramos ante la necesidad de reinventar las metodologías para pensar y producir narrativas periodísticas. Investigar sigue siendo el pilar fundamental del proceso, pero particularmente, este emprendimiento nos obligó a pensar creativamente, mirar la historia con la lente de lo general y lo particular, escribir (y re-escribir) permanentemente, trabajar en equipos y documentos colaborativos (abiertos y editables por todos los miembros del equipo), dibujar mapas, esquemas, recorridos, pantallas, darle (también) lugar a la improvisación y poner la oreja en las audiencias (p. 51).

La narrativa transmedia, permite ejecutar secciones de una historia desde una serie de plataformas, las cuales dan luz a contenidos mucho más claros y participativos, siendo una gran oportunidad para compartir criterios con los receptores de la información y alimentar estos contenidos transformándolos en mensajes fáciles de entender.

Fernández (2014) en su artículo científico hace un enfoque sobre el potencial informativo de la narrativa transmedia, como lo explica en una de las conclusiones de su investigación.

La producción simultánea de múltiples relatos colectivos a través de Internet viene nuevamente a demostrar el increíble potencial de la red como metamedio y el creciente protagonismo del usuario como agente principal en la definición del nuevo universo narrativo en la era transmedia (p. 63).

Una de las herramientas de mayor uso en los tiempos actuales es el Internet, y este medio es el más utilizado para la creación de historias y personajes, además de permitir la interacción de los usuarios que pueden enriquecer los contenidos.

El siguiente artículo científico de Sánchez & Galán (2016) explica la relación de la narrativa transmedia con sus componentes principales, las redes sociales y los recursos multimedia con la percepción de los espectadores, al respecto concluye

que: “Si el relato audiovisual clásico siempre ha presentado una implicación emocional que operaba a través de la identificación con los personajes, en el escenario transmedia la dimensión emocional es todavía más decisiva para lograr una mayor efectividad en la persuasión” (Sánchez & Galán, 2016, p. 522).

2.2 Fundamentación filosófica

El ser humano busca aprender constantemente, de manera que opta por recursos contemporáneos que le permitan incrementar el conocimiento de su entorno, en especial el tecnológico, es así que “La tecnología está dejando de verse como un instrumento para someter el mundo; ahora es presentada como un paradigma para el hombre, hasta el punto de otorgarla una dimensión salvadora” (Castillo, 2017). Los usuarios recurren con mayor frecuencia a las plataformas digitales con el fin de solucionar sus necesidades de información.

El usuario de las nuevas tecnologías, como es en el caso de las plataformas informativas disponibles en los dispositivos personales, está cada vez más identificado con este tipo de información digital, así que se requiere que los profesionales de la comunicación logren llegar a más personas con el uso de las nuevas tecnologías.

Filosóficamente, la presente investigación se orienta en un paradigma filosófico-crítico-propositivo, crítico por cuanto analiza las posibilidades de aplicación de la narrativa transmedia, que sean necesarias para enriquecer los contenidos de medios de comunicación digital nativa y propositivo porque presenta alternativas de aplicación que permitan obtener medios de comunicación nativos digitales, con nuevas formas de narrativas.

2.3 Fundamentación axiológica

El estudio se fundamenta en el análisis de argumentos positivos relacionados con el bienestar de la población, son solo en el aspecto intelectual, es decir en el incremento de la información adecuada que permita el enriquecimiento de valores

de las personas como son el aspecto social y cultural, que es también el objetivo de los medios nativos digitales que se implementen en la ciudad.

2.4 Fundamentación legal

El trabajo de investigación se encuentra fundamentado legalmente, primero en la Constitución de la República del Ecuador:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación (Asamblea Constituyente, 2008, p. 25).

El estado ecuatoriano, a través de su Constitución, respalda totalmente a que todas las personas tengan derecho a la comunicación, en especial a través de medios tecnológicos actuales como son el internet y los medios digitales.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias (Asamblea Constituyente, 2008, pp. 25-26).

De acuerdo a este artículo de la Constitución, se manifiesta que existe la libertad de crear nuevos medios tecnológicos de comunicación para compartir información, en este caso se puede aplicar a los medios nativos digitales, que están correctamente regulados.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos (Asamblea Constituyente, 2008, p. 26).

Es muy importante regirse a lo que manifiesta este artículo de Ley con el fin de que los contenidos de la información sean los más adecuados para la ciudadanía, especialmente en casos como es la prevención de riesgos, además de que es un servicio social a la población.

El Art. 347 de la Carta Magna, en el inciso 8, manifiesta que será la responsabilidad del Estado ecuatoriano (...) “Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales” (Asamblea Constituyente, 2008, p. 161).

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana (Asamblea Constituyente, 2008, p. 173).

Uno de los propósitos fundamentales de los medios nativos digitales es promover la participación ciudadana es decir interactuar con ellos, receptando también la opinión valedera de los usuarios de los medios digitales.

También es importante referirse a la **Ley Orgánica de Comunicación**, de acuerdo a los siguientes artículos:

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos (Asamblea Nacional, 2013, p. 3).

Con el respaldo de la Ley Orgánica de Comunicación, se puede difundir a través de los medios nativos digitales contenidos adecuados para la población como son informaciones de carácter educativo y cultural y, en el caso del presente estudio, de prevención ante posibles eventos naturales, como el caso de una erupción del volcán Cotopaxi.

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano (Asamblea Nacional, 2013, p. 5).

Es de gran relevancia que los medios nativos digitales sean capaces de integrar a todos los ámbitos de la sociedad, promoviendo la interculturalidad de los pueblos ecuatorianos.

Así también el Art. 17 promueve el derecho a la libertad de expresión y opinión, de la siguiente manera: (...) “Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley” (Asamblea Nacional, 2013).

Dentro del contenido de la Ley Orgánica de Comunicación, no se encuentra los acápites relacionados con la regulación de los contenidos digitales, es decir que existe un vacío legal, con respecto a este tipo de contenidos, dentro de esta Ley.

2.5 Categorías fundamentales

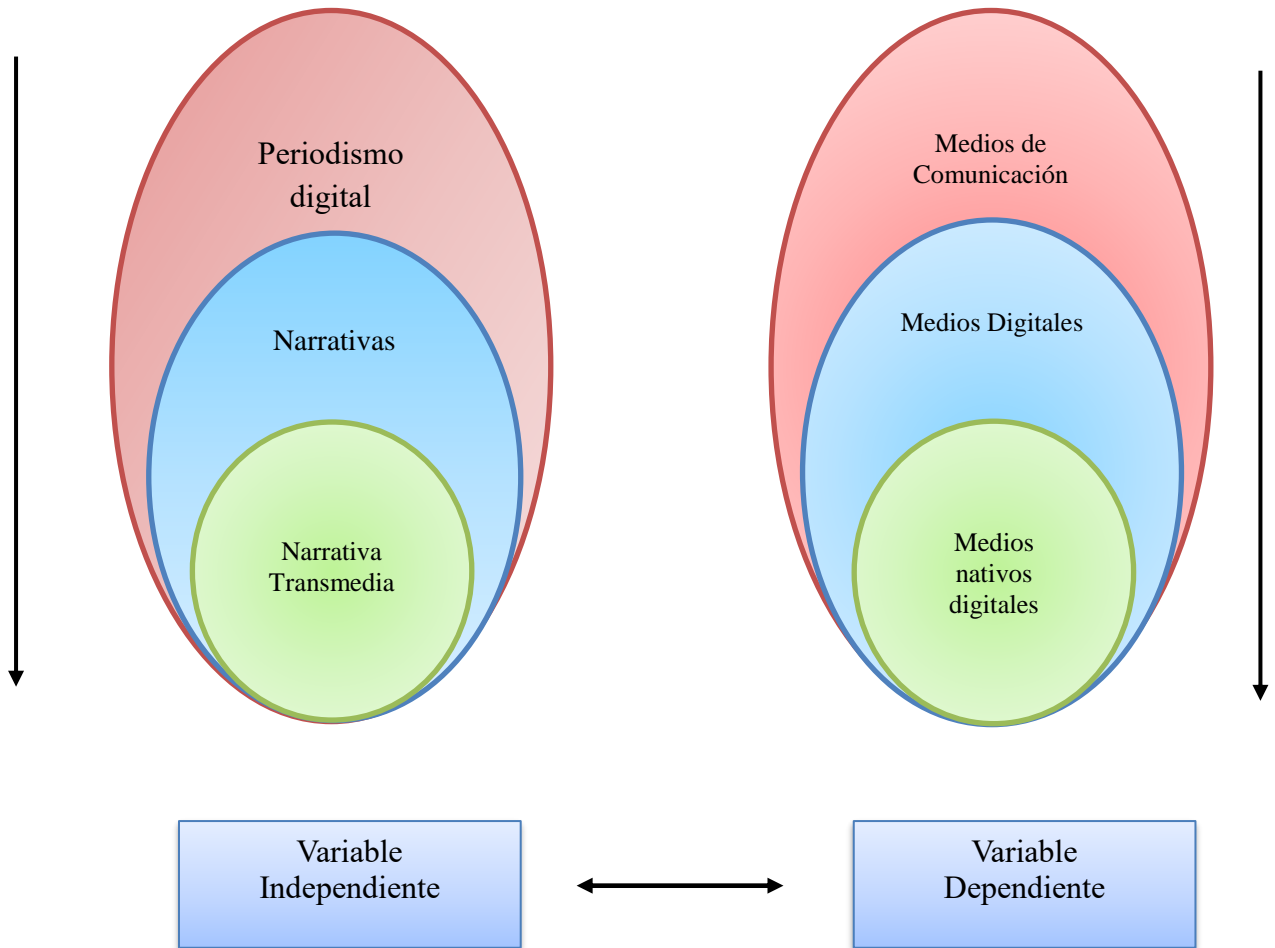


Gráfico 2: Categorías fundamentales

Fuente: Investigador

Elaboración: Herrera, Luis 2018

2.5.1 Red conceptual de la variable independiente

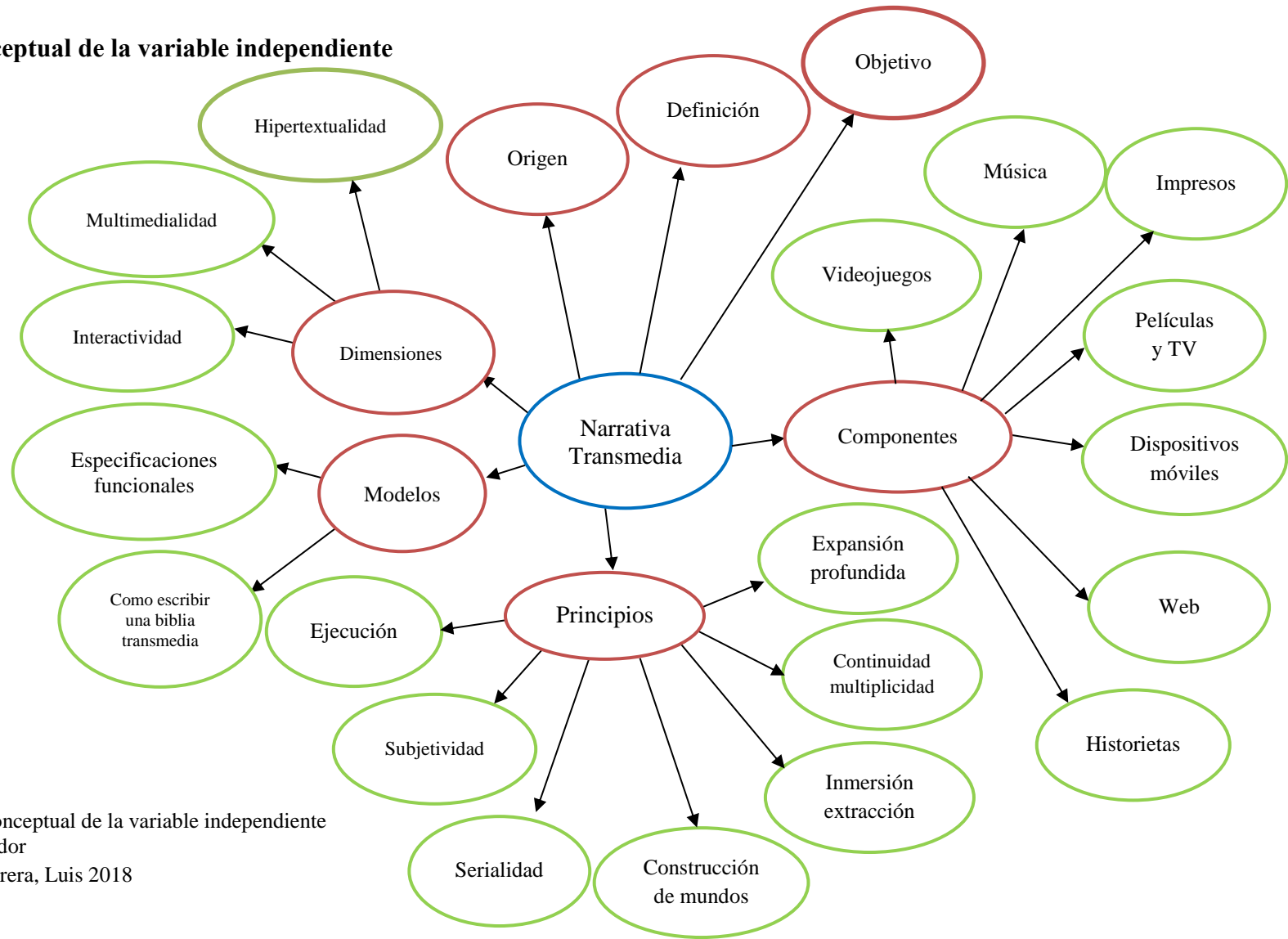


Gráfico 3: Red conceptual de la variable independiente

Fuente: Investigador

Elaboración: Herrera, Luis 2018

2.5.2 Red conceptual de la variable dependiente

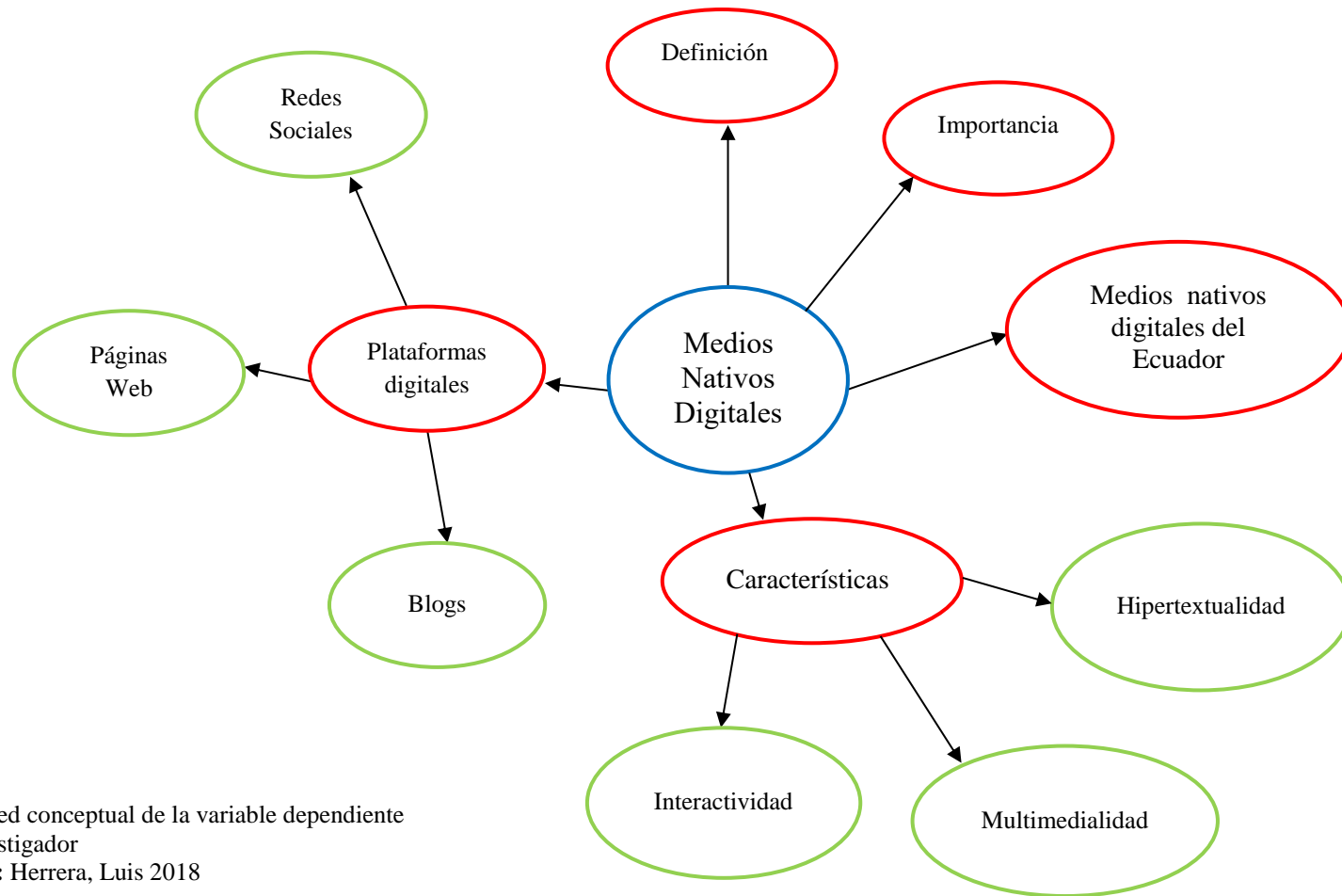


Gráfico 4: Red conceptual de la variable dependiente

Fuente: Investigador

Elaboración: Herrera, Luis 2018

2.5.3 Desarrollo teórico de la variable independiente

PERIODISMO DIGITAL

El periodismo digital hace un uso simultáneo de todos los soportes: texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos interactivos, etc., para producir un lenguaje plural y universal. La sociedad demanda cada vez más información veraz e Internet se ha convertido en el nuevo canal de distribución de información (Periodismo online, s.f., p. 4).

El periodismo, al igual que todas las demás actividades periodísticas, requiere adaptación de acuerdo al avance de la tecnología actual, de manera que logre llegar con mayor eficacia a los receptores que requieren de toda la información posible.

Las nuevas tecnologías han producido cambios fundamentales en el periodismo actual, que ha sufrido la reconvención y con las nuevas técnicas de información y comunicación está reinventándose. El periodismo digital ha logrado superar al fuerte competidor, la prensa escrita, la cual gozaba de gran audiencia (Pérez, 2016).

Periodismo Digital o Periodismo On Line (en línea) no es aquello que se diferencia del periodismo convencional. Se lo puede definir como la adopción de nuevas herramientas digitales, empleando las potencialidades del Internet en el uso de un mejor y alimentado periodismo tradicional (López, 2013).

El periodismo digital tiene la gran ventaja actualmente, sobre los demás medios periodísticos, especialmente en lo que se refiere a su difusión, es decir hoy existe un mayor acercamiento debido a la alta tecnología que está al alcance de casi la totalidad de la población.

Gracias a las nuevas herramientas, como dice la definición anterior, el periodismo logra un amplio desarrollo, especialmente con la participación de la ciudadanía a través de las redes sociales.

El periodismo digital está definido también como ciberperiodismo, es decir el lugar donde convergen los medios de comunicación en uno solo, como es el caso del Internet. Así mismo, a más de la difusión de la información a través de la red, el

periodismo se respalda en los recursos tecnológicos para desarrollar la información que llegará a la audiencia en cualquier lugar (Pedrorvd, 2013).

Otro de los grandes alcances del periodismo digital son las tecnologías de la información y comunicación, que permiten llegar a muchos lugares, que el periodismo tradicional no lo podía hacer, o le tomaba más tiempo en hacerlo.

El periodismo

Utrilla (2015), toma la definición de Leñero y Marín (1986), quienes definen al periodismo

(...) como una actividad de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público, que son trasladados a través de un género periodístico, que, por lo general, el principal y más utilizado es el informativo (p. 25).

El periodismo ha sido uno de los mejores caminos que ha tenido la población para recibir información, con todos los alcances que esto permite, acrecentando una vez más el conocimiento y la cultura, que tan bien hacen a las personas en la actualidad.

El periodista digital

El periodista digital está firmemente relacionado con las tecnologías de la información y comunicación, con lo que puede entregar información más detallada y con mejores contenidos en beneficio de la audiencia.

Actualmente, en el soporte online conviven dos clases de periodistas, el tradicional, que redacta noticias para los medios tradicionales y que a su vez forma parte de la versión digital, y un periodista nacido en Internet con experiencia en redacción ciberperiodística, que está impulsando este proceso de cambio en el mundo (Punín, Rivera, & Marín, 2014, p. 3).

Como lo manifiestan los autores citados, existen periodistas que han nacido juntamente con el avance de la tecnología, creando una clase diferente de lo que es

hacer periodismo hoy en día. Esto puede repercutir también en aspectos de la economía de este tipo de periodistas, es decir “(...) Las condiciones de trabajo de los periodistas digitales permanecen de distinta forma, y considerablemente inferior a la de aquellos periodistas tradicionales, mientras sus horas de trabajo se incrementan, los salarios disminuyen y se devalúan los derechos del periodista (...) (Martínez, 2014, p. 79).

El trabajo periodístico es una labor de mucho sacrificio en los actuales momentos, para quienes lo realizan, es decir requiere mucho más de su responsabilidad en cumplir con su labor de informar, que es en sí la esencia del periodismo.

Desarrollo periodístico digital en Ecuador

El Ecuador ha entrado de lleno en la tecnología, lo que ha promovido la creación o transformación del periodismo digital, en especial con la ayuda del Internet.

A pesar de la escasa penetración de internet, en los años 90 muchos periódicos del mundo empezaron a migrar sus contenidos impresos a la web. Nuestro país no fue la excepción, primero -aunque un poco tardíamente lo hizo diario Hoy. En la actualidad, los 27 periódicos de circulación diaria del Ecuador tienen versión web (Rivera D. , 2011, p. 271).

Es interesante tomar en cuenta el auge de la información a través de los medios electrónicos, en especial los países de la región, lo que ha motivado a que todos los medios, sean estos escritos, radiales o televisivos, cada vez más utilicen las nuevas tecnologías. Al respecto se puede manifestar que uno de los pioneros en esta transformación es el diario El Comercio, que en el año de 1996 contaba con su página web con notas escaneadas de su edición impresa y varios enlaces a otras secciones del periódico digital (Punín, Rivera, & Marín, 2014, p. 6).

Como lo manifiesta el autor anterior, siempre han existido pioneros que han motivado a los demás medios a integrarse cada vez más a la tecnología actual.

Géneros periodísticos

Sobre los géneros periodísticos se puede indicar que “(...) en el ámbito del periodismo podríamos afirmar que los géneros son clases o categorías para clasificar los contenidos periodísticos. Debemos entender por contenidos todo aquello publicado más allá de los textos” (Verón & Sabés , 2014, p. 154).

De acuerdo a Utrilla (2015), “Los géneros periodísticos son las diversas formas que busca el periodista para expresarse según la circunstancia del hecho relatado y el objetivo de la publicación” (p. 26).

Además, el mismo autor, en su informe, menciona que:

“(...) los géneros periodísticos son las diversas formas con las que un periodista se puede expresar en su relato sobre un hecho noticioso. También se les puede considerar como los géneros que reflejan la interpretación de un suceso, es decir, el comentario y la valoración que pueda surgir por parte del periodista (Utrilla, 2015, p. 26).

Es importante recalcar que todo periodista digital debe actualizarse en lo que tiene que ver con los géneros periodísticos, de manera que pueda llegar con mejores contenidos a todas las personas, que son los que tienen diferentes criterios al momento de analizar esos contenidos. Los autores Verón & Sabés (2014), resaltan también la importancia de tomar en cuenta los géneros periodísticos en la comunicación.

De todas maneras, en resumen, podríamos admitir que los géneros literarios, al igual que también los periodísticos, son unas formas y límites preconcebidos a la hora de preparar textos, definición que en el campo del periodismo podríamos ampliar a otras formas de comunicación (p. 154).

Los géneros literarios son importantes al momento de presentar los contenidos para el conocimiento de la población, estos contenidos deben ser claros y reflejar el mensaje preciso y adaptado a la cultura y costumbres de los ciudadanos que reciben la información, como lo manifiestan los autores antes citados, “De esta forma,

podremos describir los géneros como una suerte de códigos cuyo objetivo es aportar recursos al autor y que, al mismo tiempo, permitan dotar al consumidor de un marco definido y homogéneo que facilite la comprensión” (Verón & Sabés , 2014, p. 155).

Los géneros periodísticos brindan herramientas adecuadas para que el periodista pueda estructurar de forma narrativa la información o la opinión dando credibilidad a su contenido (Verón & Sabés , 2014, p. 155), es decir ayudan al periodismo actual a llegar con mensajes más claros y de fácil comprensión a todos aquellos que están inmersos en la recepción de la información.

NARRATIVAS

Esta forma de comunicación es importante en el proceso digital de producir y emitir la información con contenidos cada vez más adecuados a las necesidades de los depositarios de la misma. Uno de los elementos de este proceso es la narración.

Narración es, por ejemplo, una forma específica de modo literario, que se distingue del modo dramático y el modo lírico; también se entiende como una forma concreta de escritura, definida por oposición a la descripción.

Aquí entenderemos el término narración en su acepción más amplia en la teoría: como proceso y resultado de la enunciación narrativa, es decir, como una manera de organización de un texto narrativo (Sánchez, 2006, p. 13).

Este modo literario tiene gran importancia en el periodismo actual, ya que facilita al periodista su labor de informar con mayor detalle los acontecimientos que suceden a diario en la sociedad moderna.

Definición

La narrativa es “(...) un proceso de comunicación mediante el cual un autor crea personajes para expresar ideas y emociones” (Gómez-Martínez, 2007).

En este tipo de comunicación importa mucho el hecho de que el autor, en este caso el periodista digital, se transforma en una persona creativa y con mucha

imaginación, es decir logra expresar una información más detallada y comprensible, aclarando el mensaje implícito en su contenido. Acotando a la definición se manifiesta que “(...) En los textos académicos de teoría literaria se extiende normalmente el concepto de narrativa a toda obra que describe un hecho; y se entiende por hecho todo acontecer objetivo o subjetivo, exterior o interior a un personaje (...) (Gómez-Martínez, 2007).

La narrativa, permite desarrollar la inventiva del periodista digital, quién puede utilizar diversas técnicas de adaptación de los hechos tal como ocurren y su direccionamiento hacia el tipo de receptores de la información, para esto se requiere la utilización de varios elementos necesarios en la narrativa.

Elementos de la narrativa

(...) De un modo más preciso, nosotros podemos decir que con narrativa hacemos referencia a un relato que consta de una serie de sucesos (la historia), a través de la representación humana (el narrador, los personajes) y con posibles comentarios, implícitos o explícitos, sobre la condición humana (el tema). (...) (Gómez-Martínez, 2007).

Se puede considerar al tema como uno de los elementos más importantes de la narrativa, debido a que éste debe ser el mensaje principal al momento de informar a los receptores de la noticia.

NARRATIVA TRANSMEDIA

Origen

Al respecto se cita a Renó & Renó (2013), quienes brindan información sobre el origen de la narrativa transmedia.

Narrativa transmedia tiene sus orígenes en una propuesta innovadora de un músico y académico estadounidense. En 1975, el profesor Stuart Saunders Smith (Renó & Flores, Periodismo transmedia, 2012) creó una composición musical que bautizó de trans-media music. El experimento consistía en

mezclar en una única composición musical distintas composiciones musicales producidas por diferentes instrumentos en una variedad de estilos (p. 468).

La narrativa transmedia ha ido evolucionando con el pasar de los años debido al interés de varios autores de perfeccionar los medios para emitir mejor información a los usuarios de las nuevas tecnologías.

“En 2003, el académico de la *Massachusetts Institute of Technology*, Henry Jenkins usó el término en su artículo “Transmedia Storytelling”, donde reflejaba que el uso coordinado de la narración a través de plataformas puede hacer los personajes más atractivos” (...) (Jaén, 2016).

El uso de plataformas de información, es uno de los recursos más importantes de la narrativa transmedia, debido a que éstas pueden contener una mayor cantidad de información debidamente canalizada desde varias fuentes informativas.

“El estudio de las narrativas transmedia, desde que Jenkins acuñó el término en 2003, ha sido enriquecedor y provechoso para el giro en la construcción y comprensión de las narrativas contemporáneas. (...)” (Rodríguez, López, & González , 2015, p. 63).

Los detalles que se resaltan de estos autores son los que se relacionan a la depuración de la información lo que permite que los usuarios puedan recibir contenidos con una mejor comprensión.

El uso de la narrativa transmedia, definitivamente ha revolucionado la manera de informar, debido a la amplia gama de posibilidades que tiene a su alcance el periodista digital en el momento de desarrollar los contenidos de los hechos periodísticos.

Definición

La Narrativa Transmedia es una forma de contar una historia a través de diferentes plataformas de Comunicación (Web, Redes Sociales, Vídeo,

Televisión...) a un público al que se le solicita su participación para construir una historia única para cada uno de los usuarios (Jaén, 2016).

A más de lo citado se debe considerar el hecho de que la narrativa transmedia debe “(...) crear diferentes piezas de una historia en cada una de las plataformas, invitar a los usuarios a que las consuman y a que participen en su desarrollo (Jaén, 2016).

De una entrevista realizada a Pablo Escandón, reconocido docente del tema transmedia, se resalta la siguiente definición:

(...) el transmedia es un formato o es una narrativa principalmente, que se aplica completamente, a las plataformas digitales...De esta manera cada contenido va a ser, no adaptado, sino desarrollado exclusivamente para una de esas plataformas, siendo una de ellas la principal, pero todas serían totalmente complementarias, y de otra manera también, el usuario puede complementar el contenido que se desarrolla en cada una, de esta manera, la interactividad es de ida y vuelta, y hay una co-creación de contenidos y un real periodismo ciudadano, de participación ciudadana y una diferenciación entre lo que hace el periodista y de qué manera participa la colectividad, el ciudadano en esas plataformas, generando contenidos periodísticos (Escandón , 2017).

Siguiendo con la entrevista al docente, se explica el efecto negativo de la no utilización de la narrativa transmedia por parte de los medios. “(...) Si un medio tradicional, que tiene su formato analógico, no potencia las plataformas digitales, poco a poco va a perder usuarios nuevos, y estos usuarios nuevos van a preferir otros medios” (Escandón , 2017).

Es muy importante tomar en cuenta el criterio del docente entrevistado, recalcando el hecho de que la narrativa transmedia abre muchas posibilidades, sobre todo en la participación ciudadana, al momento de compartir la información.

Objetivo de la narración transmedia

Uno de los objetivos principales de la narrativa transmedia es perfeccionar los contenidos de la información, que será la más adecuada para los usuarios. Jaén (2016) refiere que el relato tiene que adaptarse a las plataformas del usuario y su

experiencia, complementando los diferentes contenidos y formatos, de manera que el producto de la narrativa transmedia no es solamente el consumo del contenido sino vivir la experiencia con la ayuda de su contenido.

Para una mejor comprensión de los conceptos mencionados se presenta el siguiente gráfico que demuestra la importancia de la narrativa transmedia y como se complementan los diferentes elementos que se detallan en el mismo.

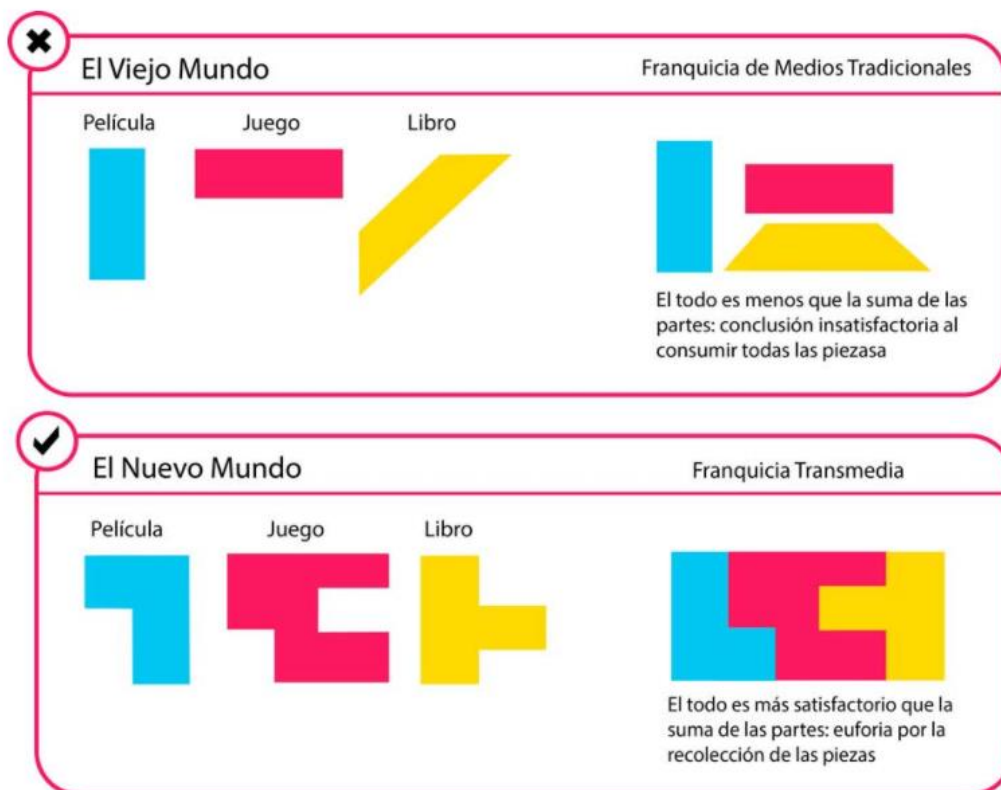


Ilustración 1: Elementos de la narrativa Transmedia
Fuente: Jaén, 2016

Componentes de la narrativa transmedia

Para comprender más claramente los varios componentes de la narrativa transmedia es importante tomar en cuenta la referencia que hace Scolari (2014) quién ilustra que la narrativa comienza en un cómic, relacionada con una serie televisiva de dibujos animados, luego el contenido se expresa en un largometraje para luego terminar incorporando nuevas aventuras interactivas en videojuegos. Además, se

caracteriza otro componente que son las nuevas piezas textuales que permiten a los receptores ampliar el mundo narrativo (p. 72).

El siguiente gráfico sintetiza, cuáles son los componentes más importantes de la Narrativa Transmedia:

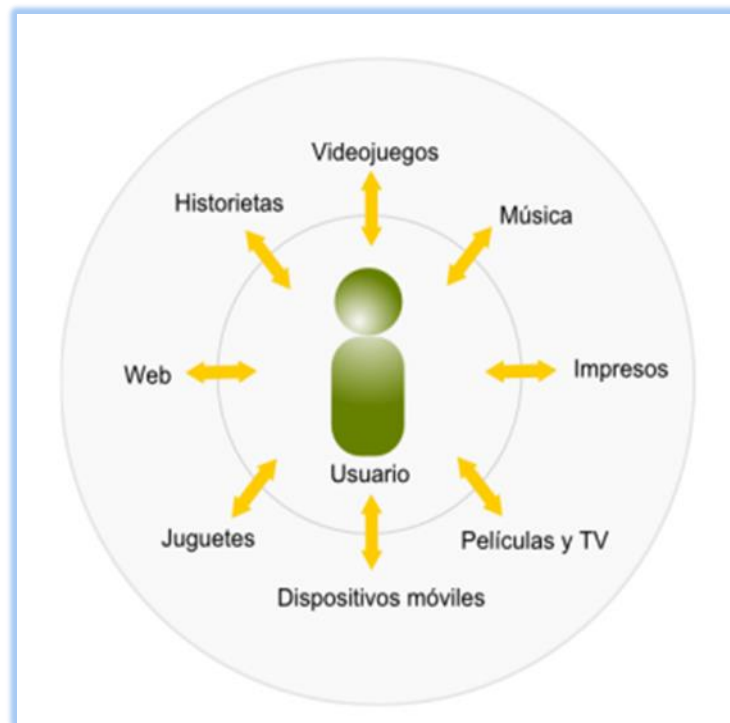


Ilustración 2: Componentes importantes de la narrativa transmedia
Fuente: Gallego, 2011, p. 9

Todos los componentes indicados en el gráfico anterior, están al alcance de todo aquel que quiera desarrollar un contenido informativo, que con seguridad llegará a los receptores de una manera clara y comprensible.

Principios de la narrativa transmedia

Uno de los impulsores de la transmediación, Henry Jenkins, puntualiza siete principios de la narrativa transmedia en el siguiente cuadro:

Principios	Explicación
Expansión (<i>Spreadability</i>) vs Profundidad (<i>Drillability</i>)	Es la capacidad de los ciudadanos para participar en la difusión de los contenidos multimedia mediante las redes sociales y en el proceso de ampliar su valor económico y valor cultural.
Continuidad (<i>Continuity</i>) vs. Multiplicidad (<i>Multiplicity</i>)	La continuidad debe seguir a través de todas las plataformas en las que se expresan para ser coherentes y creíbles, pero siguiendo una lógica de multiplicación de manera que los consumidores, a más de beneficiarse de un buen contenido, disfruten del mismo.
Inmersión (<i>Immersion</i>) vs. Extraibilidad (<i>Extractability</i>)	La inmersión permite que los consumidores entren en mundos ficticios, la extraibilidad es disponer de algún elemento de ese relato de ficción y llevarlo al mundo real, como pueden ser los gadgets (juguetes, videojuegos, etc.) con los que se puede crear nuevas historias.
Construcción de mundos (<i>Worldbuilding</i>)	La creación de un mundo que puede soportar múltiples personajes e historias a través de múltiples medios de comunicación.
Serialidad (<i>Seriality</i>)	Las nuevas narrativas se organizan, no simplemente en una secuencia lineal en un solo medio, sino que se diseminan a través de varias plataformas y se ofrecen fragmentadamente para que las partes pueden ser consumidas dentro de cualquier orden mientras se va desplegando la historia.
Subjetividad (<i>Subjectivity</i>)	Se relaciona con el interés de los lectores de comparar y contrastar varias experiencias subjetivas de los hechos que se consigue por la presencia de muchas perspectivas y voces diferentes (muchos personajes e historias).
Realización (<i>Performance</i>)	Describe el papel de los prosumidores dentro de la narración como creadores de una parte del relato, dándole continuidad o bien con una historia paralela, expandiendo así esos mundos narrativos.

Cuadro 2: Principios de la narrativa transmedia

Fuente: Franco, 2013

Elaborado por: Herrera 2018

Scolari (2014) hace un análisis de lo que significa la narrativa transmedia resumiéndola en diferentes fórmulas, como se observa a continuación:

Si se debe resumir la narrativa transmedia en una fórmula, sería la siguiente:

$$IM + CPU = NT$$

IM: Industria de los medios

CPU: Cultura participativa de los usuarios

NT: Narrativas transmedia

Además, se propone otra fórmula basada en la oposición entre “estrategias” y “tácticas”, como sigue:

$EI + TU = NT$

EI: Estrategia de la industria

TU: Tácticas de los usuarios

NT: Narrativas transmedia

Un investigador de las narrativas, propondría la siguiente alternativa a partir de la tensión entre los textos oficiales (el llamado “canon”) y los producidos por los fans (“fandom”) de la siguiente manera:

$Cn + Fn = NT$

Cn: Canon

Fn: Fandom

NT: Narrativas transmedia (p. 72).

Esta es una forma de ver la narrativa transmedia, acoplándose a la manera de interpretar de una forma más concreta una definición más comprensible al criterio actual de quienes están en condiciones de analizar este tipo de comparaciones.

Más allá de las posibles fórmulas –más o menos economicistas, más o menos narratológicas o antropológicas–, está claro que las narrativas transmedia ya están instaladas entre nosotros. En menos de diez años estas nuevas formas de relato han abandonado las discusiones académicas para posicionarse en el centro de las estrategias de desarrollo de la industria cultural (Scolari, 2014, p. 72).

Scolari menciona también que actualmente los actores de la comunicación piensan en términos transmediáticos, en diferentes acciones como la ficción, los documentales y acciones como el periodismo, la publicidad y la comunicación política (Scolari, 2014, p. 72).

Las aseveraciones de Scolari en relación con la narrativa transmedia, definitivamente son parte del periodismo digital contemporáneo.

La narrativa transmedia y el periodismo

El trabajo del equipo periodístico que transmedia logra comunicar mediante relatos periodísticos los cuales son desplegados por medio de múltiples lenguajes, medios y plataformas de comunicación, y es así que parte de la audiencia toma un rol muy activo en el proceso de expansión comunicacional al respecto se menciona también que:

El equipo de comunicación, fracciona el relato en diferentes plataformas y soportes, ya sean digitales o no, con el objetivo de que la comprensión completa se obtenga únicamente acudiendo a cada uno de esos soportes, con un papel activo de la audiencia en el proceso de expansión y construcción de la narración informativa (...) (Universidad Nacional de la Plata, 2017).

Las plataformas digitales de comunicación son el elemento importante de la narrativa transmedia periodística, porque sin ellos no sería posible su creación y mucho menos la difusión de la información.

La narrativa transmedia y la cultura

La comunicación contemporánea, con la ayuda de las nuevas tecnologías, como es la narrativa transmedia, deben ser canales para fomentar la cultura de los pueblos, y más aún deben ser las mejores herramientas de los profesionales de la comunicación para cumplir con este importante objetivo. Al respecto Scolari (2014) manifiesta que:

(...) las experiencias transmedia no se limitan a las narrativas de ficción y de no ficción: también las encontramos en otros ámbitos de la cultura, como el teatro o la música. ¿Cómo entra el teatro en las narrativas transmedia? Por ejemplo, puede sumarse a la red de medios – ¡sí, el teatro es también un medio de comunicación! – y contribuir a la expansión de relatos nacidos en el cine o la televisión (p. 77).

Una vez más se resalta el hecho de que la narrativa transmedia es un medio eficaz al momento de emitir informaciones que tengan contenido cultural. Las diversas plataformas con las que se puede contar ayudarán en gran manera a incrementar la información que requieren los ciudadanos para que sean partícipes, interactuando con su experiencia de habitar y participar en diferentes manifestaciones culturales.

El videojuego como un objeto cultural

En los años 80 el videojuego se había consolidado firmemente como una nueva e importante forma cultural de masas, en el momento que empieza un nuevo siglo el videojuego ha llegado a situarse a la altura del cine en términos de tamaño de mercado e importancia cultural (Páez, 2013, p. 13).

Los video juegos, deben ser herramientas adaptadas a la cultura de los usuarios de los mismos, por lo tanto, es responsabilidad de quienes pueden desarrollarlos, que pueden ser los periodistas digitales, para que sean direccionados hacia este tipo de información.

Modelos de narrativa transmedia

Entre los modelos de narrativa transmedia se tiene principalmente lo que se conoce como la biblia transmedia, una herramienta que se presta de forma muy práctica en la presentación y desarrollo de proyectos.

La biblia transmedia

“Es un documento en el que los creadores de proyectos que se extienden a través de varias plataformas mediáticas, plasman desde su planificación y documentación, hasta los elementos necesarios para su puesta en funcionamiento (...)” (Cataño, Marroquín, & Múnera, 2014).

Con este documento la narrativa transmedia puede realizar un mejor control y planificación de los contenidos, además de la definición anterior se puede argumentar que la biblia transmedia permite hacer el seguimiento de todos los

elementos que están relacionados con la narración, el diseño, las tecnologías, los requerimientos económicos y comerciales de la narración dirigida a los receptores a través de los diferentes medios o plataformas (Cataño, Marroquín, & Múnera, 2014).

A continuación, se detalla los diferentes elementos que conforman la biblia transmedia:

Cataño, Marroquín, y Múnera (2014) expresan que la biblia transmedia se compone de los siguientes elementos:

1. Tratamiento: Esta es una descripción narrativa de la historia, no debe centrarse en diseño explícito, funcional o elementos técnicos y se compone del lema y el contexto.

2. Especificaciones funcionales: En donde se detallan la experiencia de uso y los elementos de la interfaz. En este apartado se une la narrativa de la historia, el diseño y los elementos técnicos del proyecto. Está compuesta de elementos como: formulario multiplataforma, normas de *engagement*, plataformas y canales, viaje del usuario, cronogramas e interfaz y *branding*.

3. Especificaciones de diseño: Estas especificaciones deben contener los elementos visuales y sonoros de la historia y cada uno con sus respectivas interfaces. Los elementos que la componen son: diseño estético, *Storyboard*, guía de estilo, color y especificaciones de las fuentes, diseño de estilos en medios.

4. Especificaciones tecnológicas: Como su nombre lo indica tiene relación con la tecnología actual y se compone de los siguientes elementos: visión tecnológica de la plataforma, arquitectura del sistema y servicio de construcción de infraestructura.

5. Negocio y marketing: Este componente de la biblia transmedia tiene un campo de acción muy extenso y cuenta con los siguientes elementos: objetivos,

indicadores de éxito, necesidad, público, modelos de negocio, proyecciones, presupuestos y cronogramas, equipo de producción, estado del proyecto y próximos pasos, derechos de autor, propiedad intelectual y licencias.

Dimensiones de la narrativa transmedia

De acuerdo a Ortolano & Betta (2016) exponen en su plataforma digital las siguientes dimensiones:

- **Hipertextualidad**

Es decir, se trata de textos con los que se elaboran modelos base lo que se conoce como “hipotexto”, el término “hipertexto”, se inició en la década de los sesenta, en ese tiempo era usado para los textos digitales.

La hipertextualidad da posibilidades de que el texto sea mayormente comprensible debido a su adaptación al mundo digital.

- **Interactividad**

Las autoras mencionadas, citando a Scolari, en “Hipermediaciones Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva” (2008), conceptúan la interactividad en dos sentidos:

(...) Uno tiene que ver con la relación del sujeto con el dispositivo tecnológico. En este caso la interactividad refiere al modo en que está programada la interfaz, que hace que el lector interactúe con la pantalla. Y el otro sentido de interactividad se refiere a las formas de comunicación que establecen los sujetos mediados por una tecnología digital (Ortolano & Betta, 2016).

Es decir que esta dimensión da la posibilidad de que los receptores de la información tengan la oportunidad de expresar sus ideas acerca de los contenidos de la misma.

- **La multimedialidad y la convergencia**

Esta dimensión hace referencia en que: “La digitalización ha permitido la convergencia de medios (radio, tv, diario), y la combinación de lenguajes (imagen, sonido y texto)” (Ortolano & Betta, 2016).

La transmedia storytelling

Se define como “(...) una de las formas publicitarias más utilizadas por parte de las empresas para lograr relaciones profundas con sus clientes” (Villena, 2014, p. 15).

Este medio es ideal para la realización de promociones publicitarias y campañas de marketing, que de ser bien canalizado puede ser una herramienta eficaz para el crecimiento de las diferentes empresas. Villena (2014) resalta el hecho de que “Tras una nueva reconversión de la publicidad, ahora el contenido es lo principal y viene definido por su difusión a través de diferentes pantallas” (p. 15).

La publicidad actual tiene la oportunidad de acceder a este tipo de herramientas que relacionarse con los consumidores, la publicidad también forma parte de muchos contenidos de la narrativa transmedia como parte de la información.

Una aproximación al concepto storytelling

Dentro del desarrollo de la narrativa transmedia como un instrumento para mejorar la comunicación o la difusión correcta de la información, se encuentra el storytelling como una técnica que ayuda a relatar correctamente las historias para el mejor entendimiento de las mismas por parte de los receptores del mensaje. Loizate (2015) menciona que el storytelling es, “(...) conocido como el arte de contar historias” (p. 12). Además la autora también hace mención que “(...) es una estrategia que permite conectar emocionalmente con el receptor y, gracias a la “narrabilidad” llama la atención del receptor, consigue mantenerla y hace que el relato sea interesante” (Loizate, 2015, p. 12).

Según este concepto el storytelling es un arte que debe ser dominado por los periodistas digitales para emitir mejores conceptos al momento de desarrollar los temas de sus historias.

La transmediatización

Dentro de la narrativa transmedia se encuentran elementos que tienen relevancia en el momento en que se procede a aplicar la narrativa para dar a conocer los contenidos de la información a través de los medios digitales, uno de estos elementos es la transmediatización.

La transmediatización, producto de una narración en diferentes plataformas (multisoporte), enriquecida (hipermedialidad) y transformada en un espacio compartido (participación), representa mucho más que un proceso de adaptación del original a múltiples escenarios o ventanas, de la transposición de un libro en un video, de un cuento en un videojuego (adaptatividad) (Igarza, 2016, p. 17).

La transmediatización, tienen su soporte en las plataformas digitales, que son las herramientas adecuadas para su desarrollo.

Los mapas interactivos

Los contenidos periodísticos deben copar los espacios digitales con información beneficiosa para los receptores, es por esto que es de gran importancia la aplicación de los mapas interactivos.

Los mapas interactivos son utilizados como representación de un territorio de forma simplificada, es decir más sencilla de comprender, con una función informativa. En ellos hay datos físicos, abstractos y una capa de anotación, por ejemplo, un mapa político contiene los accidentes geográficos (datos físicos) y las fronteras (abstractos) (Renó & Renó, 2013, p. 469).

Es imperativo utilizar mejores medios y más actualizados para que la información sea más comprensible para los receptores, y una de estas formas son los mapas

interactivos que facilitan la manera de desarrollar los temas o los contenidos de los hechos noticiosos.

2.5.4 Desarrollo teórico de la variable dependiente

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación tienen un papel importante en el mundo contemporáneo en el que se requiere que la información sea compartida de manera más rápida y globalizada, al respecto Idrovo (2015) manifiesta que:

“(...) son sistemas de transmisión de mensajes que se difunden a un gran número de receptores a través de diferentes técnicas y canales como lo son la utilización de medios impresos por ejemplo periódicos, revistas o medios electrónicos como la radio, la TV, el cine y el internet (p. 16).

Estos sistemas de transmisión y difusión de información están al alcance de la mayoría de personas, incluso pueden llegar a lugares de difícil acceso, de manera que son muy importantes para la integración de la población.

Tipos de medios de comunicación

- **Medios audiovisuales**

Los medios audiovisuales tienen la ventaja que utilizan el audio y el video cuando requieren emitir información y como lo manifiestan Barros & Barros (2015), en su investigación, estos medios son utilizados como instrumentos de comunicación social con la ayuda de fotografías y audio, además indican que con estos medios se emiten mensajes más específicos, los más utilizados son diapositivas, transparencias, diaporamas, videos sistemas de multimedias informáticas, etc (Barros & Barros, 2015, p. 27).

Entre los medios audiovisuales, el de mayor accesibilidad es la televisión, que es el que está al alcance de la mayoría de la población, se lo define de la siguiente manera:

Televisión: Uno de los medios audiovisuales más importantes. “Este medio es un sistema que combina la emisión y recepción de audio y de imágenes en movimiento. Proporcionando información que pueden ser locales, nacionales e internacionales por inmensas cadenas televisivas, satélite o por Cable” (Idrovo, 2015, p. 17).

Cine: Está catalogado como arte y “(...) es la habilidad de proyectar varios fotogramas de manera continua y veloz a través de la tecnología creando la impresión de imágenes en movimiento mostrando algún vídeo de película, o filme” (Idrovo, 2015, p. 19).

- **Medios impresos**

Los medios impresos son los que se mueven con mayor facilidad dentro de la sociedad con enfoque social, como lo manifiesta Idrovo (2015) “Para transmitir noticias relevantes y de interés social estos medios utilizan diversas tecnologías para entregarse a un número elevado de personas de forma impersonal y generalizada” (p. 16).

La prensa escrita es el medio impreso más importante y se lo define de la siguiente manera:

Son el conjunto de publicaciones impresas que se diferencian entre ellas de acuerdo a su periodo de difusión, algunas son diarias, otras semanales, mensuales, quincenales, anual o simplemente periódico, la prensa fue uno de los primeros medios de comunicación de masas entre sus formatos de publicación están los periódicos, las revistas, libros y el panfleto (Idrovo, 2015, p. 16).

A pesar de la antigüedad de los medios impresos, estos siguen siendo unos de los medios más importantes, pese al avance de la tecnología, porque aún son parte de un amplio sector de la población.

- **Medios digitales**

Redes sociales: este medio digital es altamente usado en los actuales momentos. “Es una estructura formada por un conjunto de personas u organizaciones que se relacionan por tener algo en común ya sea parentesco, amistad o relación laboral” (Idrovo, 2015, p. 17).

Existe también una clasificación de los medios de comunicación de acuerdo al contenido de los mismos, según la referencia anterior, son los siguientes:

Informativos

Los medios digitales informativos son aquellos que se han creado para entregar información de primera mano, utilizando los recursos tecnológicos actuales, para alcanzar al mayor número de personas.

Los medios digitales tienen como su objetivo principal el de informar, por lo tanto, es uno de los recursos más usados en la actualidad por el periodismo digital.

De entretenimiento

Existen en la actualidad muchos medios digitales que se dedican a divertir a las personas con reportajes relacionados con personalidades del deporte, política, farándula, etc., y éstos por lo tanto tienen bastante acogida entre el público, que busca maneras de entretenerse.

El entretenimiento ha llegado a ser uno de los contenidos de más difusión en la actualidad, debido a que son informaciones a las que la población accede con más

frecuencia debido al su contenido y su relación con personajes que tienen gran influencia hacia la población.

De análisis

Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia (Banco de la República, 2015).

En cuanto a los contenidos de análisis son importante en el desarrollo intelectual y cultural de la ciudadanía, es por esto que estos contenidos no deben faltar en el periodismo actual.

Especializados

Estos medios, como su nombre lo indica, tratan temas específicos, de acuerdo a varias necesidades de información de la sociedad. De acuerdo a este punto, los medios especializados tienen contenidos culturales o científicos, es decir temas que interesan a diferentes sectores del público receptor. Los temas son investigados y tratados con rigurosidad (Banco de la República, 2015).

- **Medios de comunicación interpersonal**

Este tipo de medios de comunicación están siendo utilizados mayormente de persona a persona, se tienen medios como los siguientes:

Correo postal: Este medio “Es un instrumento que permite llevar alrededor del mundo documentos escritos como las cartas, dinero o envíos pequeños o medianos este intercambio postal fue uno de los pioneros en trasladar información interpersonal a distancia” (Idrovo, 2015, p. 18).

Teléfono

Este es un dispositivo que fue creado para comunicarse de persona a persona, y que ha ido adaptándose al avance de la tecnología. “El teléfono es un aparato diseñado para transferir por medio de señales eléctricas el diálogo entre dos o más personas al mismo tiempo en a distancias muy largas y también a cortas o en distintas partes del mundo (...)” (Idrovo, 2015, p. 18).

Fax: “Es un dispositivo tecnológico, a veces llamado telecopia, es muy popular en los últimos tiempos” (Idrovo, 2015, p. 18). Este medio ha ido perdiendo terreno con el avance de la tecnología en especial con los correos electrónicos.

Correo electrónico (o e-mail): “Es un medio donde se recibe y se envía información ya sea a través de texto imágenes sonido etc., a través de un servicio de red” (Idrovo, 2015, p. 18).

- **Medios de entretenimiento**

Historieta o cómic

La historieta tiene la ventaja de desarrollar la imaginación de quién lo crea y de los receptores de las mismas. Idrovo (2015) se refiere a la historieta como un medio que contiene dibujos, que llevan un mensaje, además de textos explicativos, que lo hacen que tenga difusión masiva, aunque ne algunos países no funciona de esta manera. De todas maneras sigue siendo un recurso muy importante para compartir información.

Los medios de entretenimiento, han servido para que los receptores tengan la oportunidad de distraerse de las grandes ocupaciones que son parte de la sociedad moderna, además de que es una manera en que se puede conocer otras culturas.

Internet

El Internet es el medio que ha revolucionado la comunicación, debido a que se puede compartir información desde cualquier parte del mundo acercando más a las personas, pese a las distancias. “El internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una parte de los usuarios potenciales (...) (Idrovo, 2015, p. 19).

El internet ha llegado a ser parte de la vida de todos los receptores de la información, ya que este medio está al alcance de la mayoría de la población y con una variedad ilimitada de información que abarcan todo tipo de temas.

MEDIOS DIGITALES

Un mundo globalizado por la comunicación digital, requiere de herramientas eficaces para lograr la comunicación global y tienen que ver con los medios digitales, los cuales son usados para estar a la par de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Al respecto se menciona que:

Los medios digitales hacen referencia al contenido de audio, vídeo e imágenes que se ha codificado (comprimido digitalmente). La codificación de contenidos implica convertir la entrada de audio y vídeo en un archivo de medio digital como, por ejemplo, un archivo de Windows Media (Chávez, 2016).

Los medios digitales son ampliamente usados por los usuarios del Internet, debido a la necesidad de información que requiere el ser humano en la actualidad, los recursos más importantes, a este respecto son las redes sociales.

Las redes sociales y los medios digitales

Las redes sociales han llegado a ser muy importantes al momento de compartir información personal, es así que los últimos años se ha incrementado su uso y

prácticamente tienen a toda la población a nivel mundial conectada, en especial con los dispositivos celulares.

Es creciente la cantidad de lectores que se informan aún a través de los principales medios, pero ingresan a ellos no por la puerta de sus formatos tradicionales, sino por sus plataformas digitales y especialmente a través de las redes sociales (Crucianelli, 2013, p. 8).

Las redes sociales son herramientas que en la actualidad han tenido gran difusión entre la población, y es a través de estos medios que muchas veces se ha llegado a informar masivamente de hechos que acontecen al momento en que estos ocurren, incluso desde los mismos lugares en que se desarrollan.

Antecedentes de los medios digitales

Los medios digitales han venido evolucionando con el avance de la tecnología, lo que ha permitido la creación de nuevos sitios o plataformas informativas en el Internet.

Muchos empresarios informáticos han realizado grandes cambios en la comunicación como es el caso del periódico estadounidense *The Washington Post*, este medio fue uno de los pioneros de los medios digitales. Rivera (2013) en su artículo científico menciona que “(...) A comienzos de 1995, uno de los grandes medios *The Washington Post (Washingtonpost_com)* dio sus primeros pasos en Internet. Para su versión electrónica se creó la compañía *Digital Ink*, que administraba y desarrollaba los servicios de información electrónica de post (...)” (p. 112). El cual tuvo mucha difusión, también en otros países.

Luego de este inicio se comenzó a integrar los medios digitales en otros lugares como es el caso de países europeos, “En España también se daban los primeros pasos en internet, con la paulatina puesta en marcha de Infovía, de la compañía Telefónica. "Dos diarios prueban sus ediciones informáticas" fue el titular del diario *El País*, del 7 noviembre de 1994” (Rivera, 2013, p. 112).

El Ecuador también se ha integrado a los avances de la tecnología y se refiere que “(...) también a finales de 1994, una web del diario Hoy es puesta en línea convirtiéndose en el primer diario *on line* del Ecuador y, según el mismo diario, el primero en América Latina” (Rivera, 2013, p. 112).

De acuerdo a los antecedentes mencionados, los medios digitales se han desarrollado rápidamente y la información está cada vez más al alcance de toda la población, es por esto que son recursos importantes para los profesionales del periodismo a la hora de emitir información, cuyos contenidos benefician a la ciudadanía.

Tipos de medios digitales

Entre los tipos de medios digitales se tiene a los blogs, revistas virtuales, versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, páginas web de divulgación y difusión artística, emisoras de radio virtuales, etc. (Banco de la República, 2015).

Los medios matriciales

Los medios matriciales son los que han sido el soporte para la creación de los medios digitales actuales, es decir son los que se conocen como los medios tradicionales que son los precursores de la información como se la conoce actualmente.

MEDIOS NATIVOS DIGITALES

Medios nativos digitales

Los medios nativos digitales se han desarrollado en los últimos años para beneficio de los ciudadanos alrededor de estos medios. La información emanada de estos medios tiene mucho contenido social y sirven de manera más específica para tratar temas que van en bien de la comunidad. Este tipo de medios abre posibilidades para

la participación de las autoridades seccionales, además existe la gran posibilidad que la ciudadanía sea parte de la información con aportes personales a través de la interacción con los medios nativos digitales.

La autora Cazar (2017), citando a Gutiérrez, en su trabajo de titulación, menciona que “Antes el periodista se desplazaba al lugar de los hechos para recabar información, hoy consulta las redes sociales y las bases de datos para enterarse de lo que acontece a su alrededor” (p. 11).

Las redes sociales son de gran ayuda para los medios nativos digitales debido a que pueden compartir los contenidos informativos, resaltando que se requiere del profesionalismo de los comunicadores para depurar correctamente la información recogida de las redes.

Definición

El antecedente descrito por Cazar (2017) promueve el siguiente criterio relacionado con la definición de los medios nativos digitales, en el cual cita a Igarza (2008), indicando que: “fueron concebidos como nuevos medios, es decir que no tienen antecedentes off line. Sus contenidos son elaborados exclusivamente para ser difundidos interactivamente y en línea” (Cazar, 2017, p. 11-12).

Los medios nativos digitales, son desarrollados por personas que interactúan con los destinatarios que habitan en su mismo contexto, lo que ayuda a establecer con mayor efectividad contenidos que vayan a la par de las necesidades del sector.

Igualmente, la autora antes mencionada, y de acuerdo a su informe, recalca la versatilidad que tienen los medios nativos digitales:

En conclusión, los medios nativos digitales utilizan imágenes, videos o audio más que el texto, ya que su funcionamiento está dentro del mundo digital, lo

cual conlleva a tener contenidos interactivos, donde el periodismo se ha visto impulsado a crear contenidos innovadores (Cazar, 2017, p. 12).

Una de las grandes ventajas de los medios nativos digitales es que los periodistas, al desarrollar y publicar sus contenidos en las plataformas informativas, reducen los costos de impresión, además que generan otras dinámicas ventajosas como puede ser incentivar el debate público, y generar mayor participación de la comunidad a partir de la información periodística con contenidos de calidad (Meléndez, 2016).

Importancia

Realmente este tipo de medios son de gran importancia cuando se trata de informar a la ciudadanía en eventos de tipo social, como pueden ser emergencias de tipo natural, como es el caso de la ciudad de Latacunga que se encuentra ubicada cerca al volcán Cotopaxi que está en proceso de reactivación.

Es en estas situaciones que un medio nativo digital puede aprovechar de su gran audiencia, como lo explica (Flores, 2016) durante las Jornadas de Comunicación de la Universidad de Piura en Perú: “(...) Estos medios son empresas que alcanzan audiencia masiva por la manera nueva, fresca, desenfadada, con ángulos distintos, que te explican los temas”.

Los medios nativos digitales están al alcance, no solo de los usuarios de su entorno, sino de otros lugares y son estos medios los que dan a conocer sobre la actualidad y cultura del medio en donde fueron creados. Este aspecto presenta la oportunidad de que las regiones representadas por estos medios sean conocidas a nivel global debido a la red globalizada.

Medios nativos digitales del Ecuador

Actualmente existen varios medios nativos digitales en el país, lo que ha motivado a muchos informadores al establecimiento de estas plataformas con los recursos que disponen y con una variedad de temas, en muchos casos, con abundante material

informativo. A este respecto (Morán, 2015) indica que, en el Ecuador, hasta esa fecha, existen, al menos, 60 medios nativos digitales, de acuerdo a una investigación realizada por Fundamedios. Además, indica que en el país se hace periodismo de Internet desde todas las regiones, aunque se manifiesta que cuentan con pocos equipos y escasos recursos económicos, pero se rescata que están realizando grandes esfuerzos para mantenerse.

En relación con este tema, se demuestran los datos en los siguientes gráficos estadísticos:

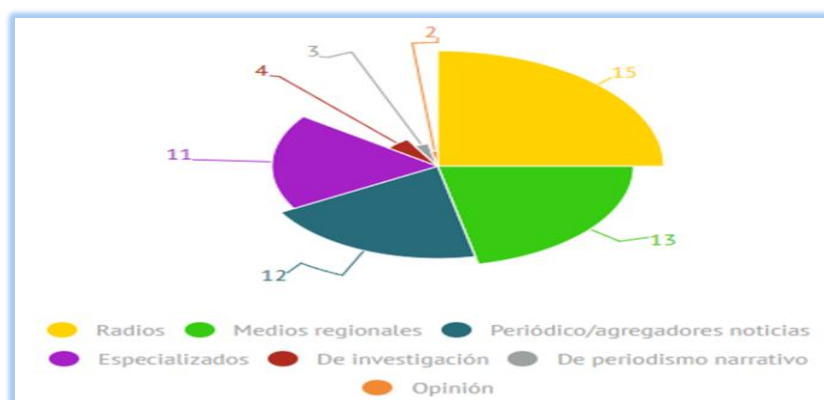


Ilustración 3: Medios nativos digitales del Ecuador
Fuente: Morán, 2015

El siguiente gráfico, representa además los porcentajes de seguidores en las redes sociales, de los medios nativos digitales existentes en el Ecuador.

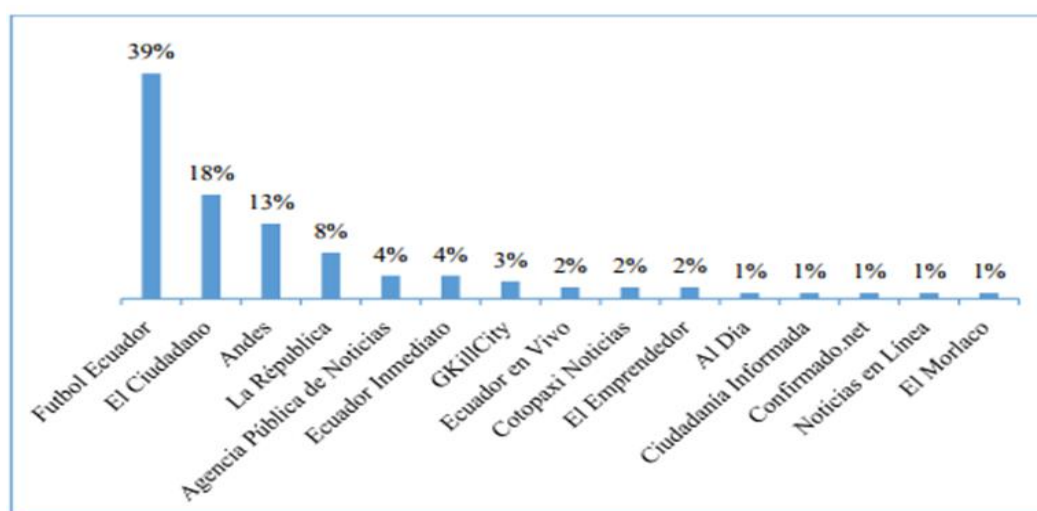


Ilustración 4: Porcentajes de seguidores en las redes sociales
Fuente: Cazar, 2017, p. 27

Características de un medio digital nativo

De acuerdo a Cazar (2017), citando a Jaraba (2014, p. 26), encuentra tres características principales “(...) para la elaboración, investigación y difusión de la información de contenidos periodísticos en internet (...)”, y son: hipertextual, multimediático e interactivo, al respecto la autora los define de la siguiente manera:

- **Hipertextual:** Usa el hipertexto como un soporte general, lo que lleva a enlazar y a interactuar, enriquecer con información y documentación y construir redes.
- **Multimediático:** Se utilizan elementos como son: de texto, fotografía, video y sonido de manera colateral o yuxtapuesta en los medios digitales hipertextuales.
- **Interactivo:** Los medios digitales hipertextuales permiten la interacción con los usuarios y la creación de redes a partir de ellos y con ellos.

Plataformas digitales

Las plataformas digitales muy usadas en la generación de la información en la actualidad, “(...) son almacenamientos analógicos que facilitan el desarrollo educativo e intelectual. Estas plataformas tienen diferentes tipos de sistemas operativos y ejecutan programas o aplicaciones, como pueden ser juegos, imágenes, texto, cálculos, y vídeo, entre otros” (Merchán, 2017, p. 8).

Tipos de plataformas

Existen varios tipos de plataformas digitales que se usan actualmente, en las cuales se pueden producir y emitir contenidos informativos adecuados de acuerdo a las necesidades de información de la ciudadanía, es por esto que es muy importante que estas plataformas tengan un contenido social y cultural, además de otros tópicos que interesan a la mayoría de la población. Se pueden mencionar las siguientes:

Blog

El Blog es una “Página web, generalmente de carácter personal, con una estructura cronológica de sus publicaciones que se actualiza regularmente y que se suele dedicar a tratar un tema concreto” (González, 2016).

Páginas web

“Una página web se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. (...)” (Quees.info, 2013).

Redes sociales

Las redes sociales son el medio de comunicación interactiva mayormente usado en los actuales momentos, se los puede definir de la siguiente manera, de acuerdo a Vidal, Vialart, & Hernández, (2013): “Genéricamente, una red social puede concebirse como una estructura social formada por individuos que están vinculados por algún motivo, ya sea amistad, parentesco, ideas, aficiones, relaciones de trabajo, docentes, etc. (...)” (p. 146).

Las páginas web, así como las redes sociales, son las herramientas ideales en la actualidad para emitir todo tipo de información y es la responsabilidad de los informadores que estos contenidos sean los más adecuados para la población que está ávida de esta información.

2.6 Hipótesis

Se toma en consideración las hipótesis alterna y nula:

Hipótesis alterna (H1): La aplicación de narrativa transmedia es determinante en la calidad de contenidos comunicacionales de los medios nativos digitales del cantón Latacunga.

Hipótesis nula (H0): La aplicación de narrativa transmedia no determina la calidad de contenidos comunicacionales de los medios nativos digitales del cantón Latacunga.

2.7 Señalamiento de Variables

2.7.1 Variable Independiente: Narrativa transmedia.

2.7.2 Variable Dependiente: Medios nativos digitales.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

El enfoque de la investigación se basó en el criterio cuantitativo y cualitativo, se entiende por cuantitativo, por el hecho de que la investigación requirió la recolección de información mediante la utilización de encuestas, las mismas que sirvieron para recoger datos veraces, los cuales debidamente tabulados estadísticamente, permitieron conectar la realidad de la población con el tema de la investigación.

La investigación cualitativa se encuentra en los criterios personales del autor, quién buscó explicar debidamente de acuerdo a las preguntas elaboradas, y de acuerdo a los resultados de la tabulación de datos, presentó el criterio profesional y luego de exponer los puntos de vista necesarios, tuvo las bases suficientes para proponer la solución al problema planteado en la investigación.

3.2 Modalidad básica de la investigación

3.2.1 Bibliografía – documental

La modalidad básica bibliográfica, se orientó en la búsqueda de información en todos los medios informativos que se dispuso, como son: libros, revistas, artículos científicos, opiniones de profesionales de periodismo, información generada del internet, periódicos, secciones de libros, en general toda la información que sustentó teóricamente las variables estudiadas.

3.2.2 Investigación de campo

El trabajo de campo se realizó con encuestas correspondientes a las unidades de observación determinadas en el capítulo 1 de este proyecto, como son: Medios de comunicación nativos digitales, periodistas de Latacunga, especialistas en comunicación.

3.3. Nivel o tipo de investigación

3.3.1 Exploratorio

Este tipo de investigación tiene el propósito de analizar el problema planteado, el cual, al no tener investigaciones anteriores, se puede llegar a un análisis profundo del mismo.

3.3.2 Asociación de variables

Es un análisis correlacional de variables, en donde se hace la medición de las mismas en un contexto claramente especificado. Luego se determina las variaciones de incidencia de la variable sujeta a cambios, en relación con la variable inmutable.

3.3.3 Descriptiva

Hace una comparación entre dos o más acontecimientos o fenómenos para permitir pronósticos primarios dirigiendo la investigación al análisis de los comportamientos de varios puntos de interés dentro del estudio de la problemática del presente trabajo, además se debe considerar la estructura descriptiva de cada una de las variables.

3.4 Población y muestra

La población está determinada por profesionales en los medios nativos digitales y población del casco central de la ciudad de Latacunga.

Unidades de Observación	Cantidad		Total
Profesionales en los medios nativos digitales.	5		5
Población urbana de la ciudad de Latacunga.	197.277 *		
Población determinada de acuerdo al muestreo aleatorio por conveniencia.	100		100
TOTAL			105

Cuadro 3: Población y muestra

Fuente: Investigador

Elaborado por: Luis Herrera Villagómez

* 197.277 - proyección 2017, de acuerdo a las proyecciones poblacionales del INEC, se estima que, en el año 2017, la ciudad de Latacunga tendría 197.277 habitantes (INEC, 2017).

Muestreo aleatorio por conveniencia

Este tipo de muestreo “Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (Otzen & Manterola, 2017, p. 230).

Debido a que la población es muy grande para realizar una encuesta, se procede a utilizar este método que es el más adecuado para este tipo de población, es así que “Este muestreo se puede utilizar en los casos en que se desea obtener información de la población, de manera rápida y económica” (Tamayo, 2015, p. 13).

El casco central de la ciudad de Latacunga es el sector más adecuado para realizar la investigación de campo debido a que es aquí en donde se concentran la mayor parte de la ciudadanía que facilita la aplicación de las encuestas,

El casco central de la ciudad está compuesto por las parroquias urbanas: La Matriz, Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (La Laguna), Juan Montalvo (San Sebastián) y San Buenaventura. El casco central se halla ubicado en la parroquia Juan Montalvo, en el barrio San Sebastián, que es el más antiguo de la ciudad, se establecieron los sectores más adecuados para la realización de las encuestas, los alrededores del Palacio Municipal, el parque Vicente León, el parque San Sebastián, calles aledañas al Hospital general provincial, así como sectores aledaños al Mercado Pichincha La Merced. En estos sectores mencionados se dividió la cantidad de 25 encuestados en cada uno de ellos completando así la cantidad de 100 personas indicadas en la muestra.

3.5 Operacionalización de las variables

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	INSTRUMENTOS
<p>Narrativa transmedia Es un formato o es una narrativa principalmente, que se aplica completamente, a las plataformas digitales, en la que cada contenido va a ser, no adaptado, sino desarrollado exclusivamente para una de esas plataformas, siendo una de ellas la principal. El usuario puede complementar el contenido que se desarrolla en cada una, de esta manera, la interactividad es de ida y vuelta, y hay una co-creación de contenidos y un real periodismo ciudadano.</p>	Plataformas digitales	Información permanente.	¿Cree usted que los medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos para emitir una mejor información?	Encuesta
	Creación de contenidos	Participación de los usuarios	¿Le gustaría participar en grupos de trabajo en los medios digitales?	Encuesta
	Periodismo ciudadano	Interacción ciudadana	¿Estaría motivado a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital, desde cualquier dispositivo electrónico?	Encuesta

Cuadro 4: Variable Independiente: Narrativa transmedia

Fuente: Investigador

Elaborado por: Luis Herrera Villagómez

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	INSTRUMENTOS
<p>Medios nativos digitales Fueron concebidos como nuevos medios, es decir que no tienen antecedentes off line. Sus contenidos son elaborados exclusivamente para ser difundidos interactivamente y en línea. Estos medios no son resultados ediciones impresas. Son empresas que alcanzan audiencia masiva por la manera nueva, fresca, desenfadada, con ángulos distintos, que te explican los temas.</p>	Nuevos medios	<ul style="list-style-type: none"> - Medios innovadores - Fácil implementación - Bajo costo 	¿Piensa usted que se debe implementar la narrativa transmedia en los medios nativos digitales de la ciudad?	Encuesta
	Difusión interactiva	<ul style="list-style-type: none"> - Emisión de información variada - Difusión permanente 	¿Qué tipo de información le gustaría recibir de un medio nativo digital?	Encuesta
	Audiencia masiva	<ul style="list-style-type: none"> - Temas de contenido social - Amplia difusión en redes sociales 	¿Cree que los medios nativos digitales contribuirían al desarrollo de la sociedad?	Encuesta

Cuadro 5: Variable Dependiente: Medios nativos digitales

Fuente: Investigador

Elaborado por: Luis Herrera Villagómez

3.6 Recolección de la información

3.6.1 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos que fueron aplicados en el trabajo de campo, sirvieron para recolectar toda la información necesaria que respaldó las variables en estudio como son la narrativa transmedia y los medios nativos digitales.

- **Técnicas**

Encuesta

Se aplicó la técnica de la encuesta que se aplicó a la muestra representativa de la población del sector urbano de la ciudad de Latacunga, así también se encuestó a diversos profesionales que laboran en el sector periodístico de los medios nativos digitales de la ciudad.

- **Instrumentos**

Cuestionario estructurado

El instrumento adecuado para este tipo de encuestas es el cuestionario estructurado con preguntas establecidas con opciones para escoger, estos cuestionarios están debidamente validados por profesionales capacitados en los temas a tratarse. Para la realización de la encuesta a los ciudadanos y profesionales del periodismo de la ciudad de Latacunga, se elaboraron los cuestionarios de preguntas para cada caso.

3.6.2 Plan para la recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIONES
1.- ¿Qué aspectos?	Narrativa transmedia y medios nativos digitales.
2. ¿Para qué?	Para extraer la información necesaria que justifique la investigación.
3. ¿A qué personas?	Ciudadanos del cantón Latacunga del sector urbano y Profesionales de Periodismo que laboran en los medios nativos digitales.
4. ¿Quién?	Luis Herrera Villagómez.
5. ¿Cuándo?	Durante el segundo semestre del año 2017.
7. ¿Dónde?	En la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.
8. ¿Cuántas veces?	Una sola vez.
9. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta.
10. ¿Con qué?	Cuestionario estructurado y validado.

Cuadro 6: Plan para la recolección de información

Fuente: Investigador

Elaborado por: Luis Herrera Villagómez

3.6.3 Plan de procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información recogida se procedió de la siguiente manera:

- Se procedió a la revisión crítica de la información recogida: Se realizó la depuración de la información para que los datos sean concordantes con la investigación.
- Se procedió a la tabulación de la información luego de la aplicación del correspondiente instrumento de encuesta.

- Luego de la tabulación se procederá a la presentación de los datos en cuadros y gráficos estadísticos.

3.6.4 Análisis e interpretación de resultados

- El análisis e interpretación de resultados se presentó a continuación de cada gráfico estadístico correspondiente a la pregunta indicada, con el respaldo del sustento teórico.
- Luego de la presentación de resultados se procedió a la comprobación de la hipótesis.
- Finalmente, con todos los resultados obtenidos se establecieron las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación

4.1.1 Encuesta dirigida a los ciudadanos

1. ¿Le gustaría participar en un medio digital?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	44	44%
<i>No</i>	5	5%
<i>Tal vez</i>	51	51%
<i>TOTAL</i>	100	100%

Cuadro 7: Participación en un medio digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

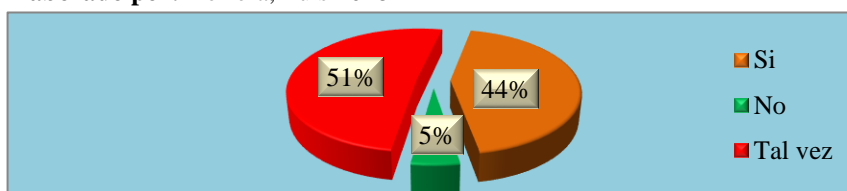


Gráfico 5: Participación en un medio digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 1, indica que, a 44 personas, que representa al 44% les gustaría participar en un medio digital, 5, que representa el 5% manifiestan que no y 51, que representa el 51% dicen que tal vez lo harían.

Interpretación

De acuerdo a estos resultados se observa que un gran porcentaje de personas encuestadas están de acuerdo en participar de los medios digitales existentes en la ciudad de Latacunga, pese a que un alto porcentaje no están muy seguros de hacerlo.

2. ¿Le gustaría que un medio digital le dé información a través de un juego?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	89	89%
<i>No</i>	11	11%
<i>TOTAL</i>	100	100%

Cuadro 8: Recibir información a través de un juego por un medio digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

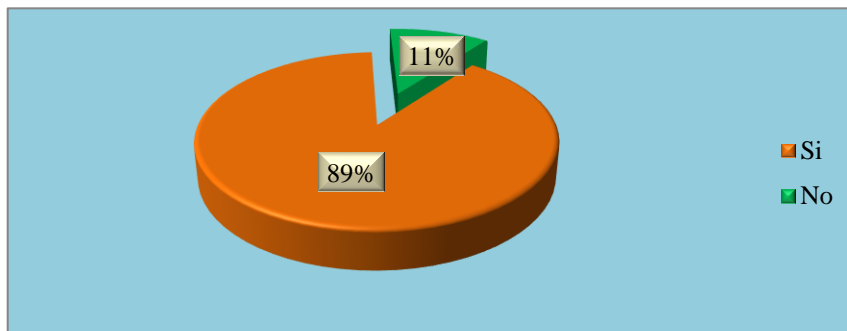


Gráfico 6: Recibir información a través de un juego por un medio digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 2, muestra que, a 89 ciudadanos de Latacunga, que representa el 89% les gustaría que un medio digital les dé información a través de un juego, y 11, que representa el 11% no están de acuerdo.

Interpretación

Se observa que la gran mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que los juegos son una buena opción para recibir una mejor información a través de los medios digitales.

3. ¿Le gustaría participar en grupos de trabajo en los medios digitales?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	50	50%
<i>No</i>	5	5%
<i>Tal vez</i>	45	45%
TOTAL	100	100%

Cuadro 9: Participación en grupos de trabajo en medios digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

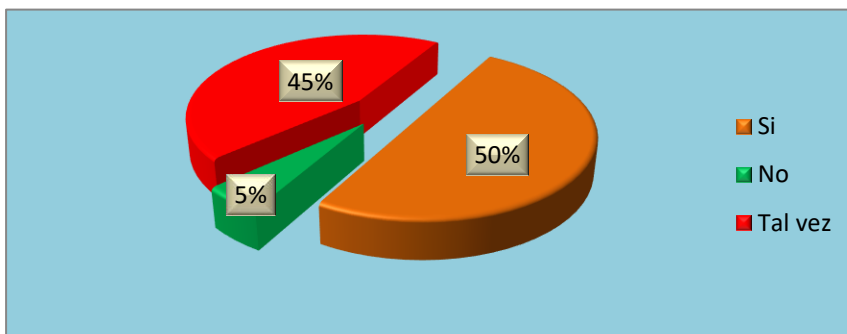


Gráfico 7: Participación en grupos de trabajo en medios digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 3, muestra que, a 50 personas, que es el 50% Le gustaría participar en grupos de trabajo en los medios digitales, 5, que representa el 5% manifiestan que no participarían y 45 que representa el 45% indican que tal vez lo harían.

Interpretación

Existe la predisposición de las personas encuestadas en participar en grupos de trabajo dentro de los medios digitales, es un gran porcentaje, aunque gran parte de ellos muestran su indecisión a esta participación, pero no niegan ser parte de la tecnología actual.

4. ¿Le gustaría que los medios digitales utilicen historietas para captar mejor la información?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	85	85%
<i>No</i>	15	15%
<i>TOTAL</i>	100	100%

Cuadro 10: Uso de historietas en medios digitales para una mejor información

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

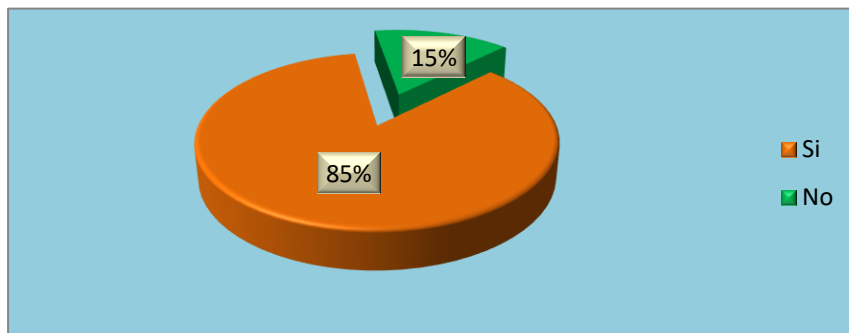


Gráfico 8: Uso de historietas en medios digitales para una mejor información

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 4, se muestra que, a 85 personas encuestadas, que es el 85% les gustaría que los medios digitales utilicen historietas para captar mejor la información, y 15, que representa el 15% manifiestan que no.

Interpretación

En relación con estos resultados, se determina que la mayoría de las personas encuestadas, están de acuerdo en que los medios digitales utilicen varios tipos de historietas para recibir la información más claramente.

5. ¿Cree usted que los medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos para emitir una mejor información?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	50	50%
<i>No</i>	20	20%
<i>Tal vez</i>	30	30%
TOTAL	100	100%

Cuadro 11: Uso de recursos tecnológicos de los medios digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

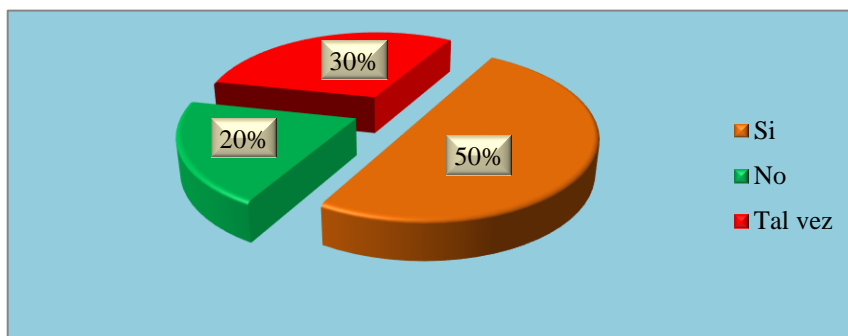


Gráfico 9: Uso de recursos tecnológicos de los medios digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 5 determina que, 50 personas encuestadas, que representa el 50%, creen que los medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos para emitir una mejor información, 20, que son el 20% y 30 que representa el 30% manifiestan que tal vez.

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que los medios digitales están utilizando todos los recursos tecnológicos, debido a que se recibe una buena información de parte de estos medios.

6. ¿Estaría motivado a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital, desde cualquier dispositivo electrónico?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	61	61%
<i>No</i>	5	5%
<i>Tal vez</i>	34	34%
<i>TOTAL</i>	100	100%

Cuadro 12: Motivación a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

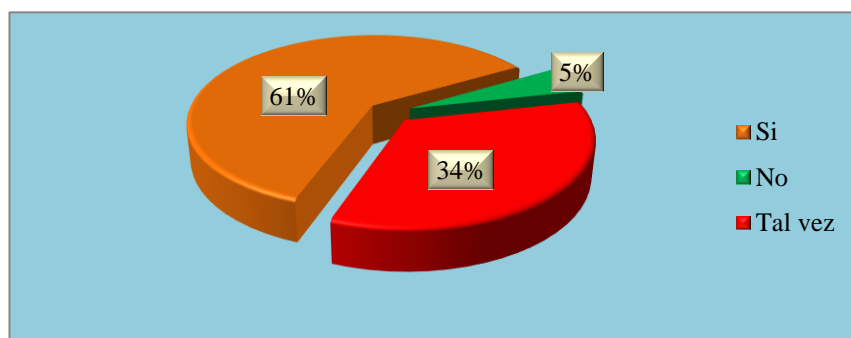


Gráfico 10: Motivación a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 6 muestra que, 61 personas encuestadas lo que representa el 61% estaría motivado a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital, desde cualquier dispositivo electrónico, 5 que representa el 5% manifiestan que no lo harían y 34 que representa el 34% mencionan que tal vez.

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a compartir la información que se emite a través de un medio digital, utilizando los medios electrónicos que están a su alcance como son las computadoras y los teléfonos celulares, aunque existe un poco de indecisión al respecto, pero la cantidad que se niegan a hacerlo es mínima.

7. ¿Sabe usted que son los medios nativos digitales?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	26	26%
<i>No</i>	74	74%
<i>TOTAL</i>	100	100%

Cuadro 13: Conocimiento de los medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

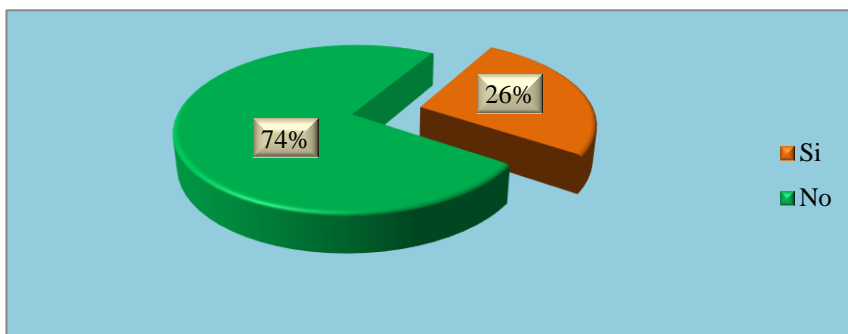


Gráfico 11: Conocimiento de los medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 7 muestra que, 26 personas encuestadas, que representa el 26% saben lo que son los medios nativos digitales, y 74 de ellos, que representa el 74% mencionan que no lo saben.

Interpretación

De acuerdo a estos resultados se determina que la mayoría de las personas encuestadas desconocen lo que son los medios nativos digitales, es decir no han tenido la suficiente información sobre la existencia de este tipo de medios en la ciudad.

8. ¿Conoce usted algún medio nativo digital en su ciudad?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	14	14%
<i>No</i>	86	86%
<i>TOTAL</i>	100	100%

Cuadro 14: Conocimiento de algún medio nativo digital local

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

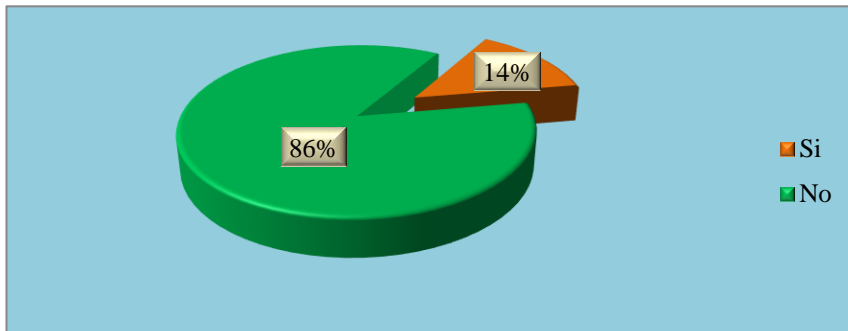


Gráfico 12: Conocimiento de algún medio nativo digital local

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 8 muestra que, 14 personas encuestadas, que representa el 14% conocen de la existencia de algún medio nativo digital en su ciudad, y 86, que representa el 86% manifiestan que no conocen.

Interpretación

Hay un alto porcentaje de personas que no saben de la existencia de los medios nativos digitales de la ciudad, pese a que si existe este tipo de medios y que están al alcance de ellos a través de la tecnología disponible en la población.

9. ¿Considera usted que los medios de comunicación tradicionales le brindan espacios para opinar y expresarse?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	25	25%
<i>No</i>	17	17%
<i>A veces</i>	58	58%
TOTAL	100	100%

Cuadro 15: Espacios de opinión en medios de Comunicación tradicionales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

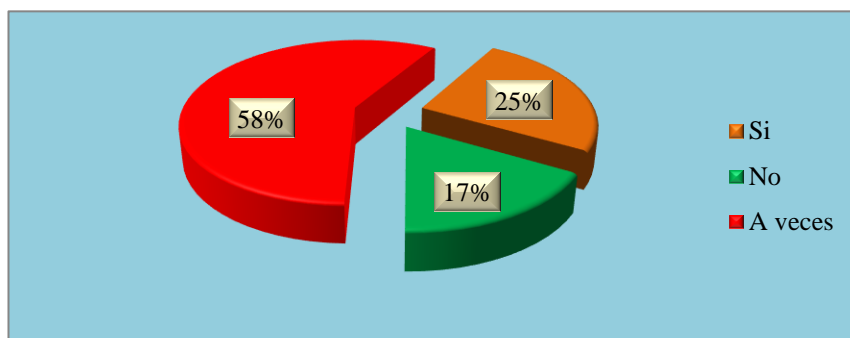


Gráfico 13: Espacios de opinión en medios de Comunicación tradicionales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 9 muestra que, 25 personas encuestadas que representa el 25% consideran que los medios de comunicación tradicionales le brindan espacios para opinar y expresarse, 17 personas que es el 17% consideran que no y 58, que representa el 58% manifiestan que esto sucede a veces.

Interpretación

De acuerdo a esta pregunta se puede notar que la mayoría de las personas encuestadas, no tienen la oportunidad en los medios de comunicación tradicionales para poder emitir opiniones, es decir estos medios no prestan la ayuda necesaria para que la ciudadanía colabore, existe un pequeño porcentaje que opina lo contrario.

10. ¿Ha utilizado el internet para escuchar radio o ver programas de televisión?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	53	53%
<i>No</i>	26	26%
<i>A veces</i>	21	21%
TOTAL	100	100%

Cuadro 16: Uso del internet para escuchar radio o ver programas de televisión

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

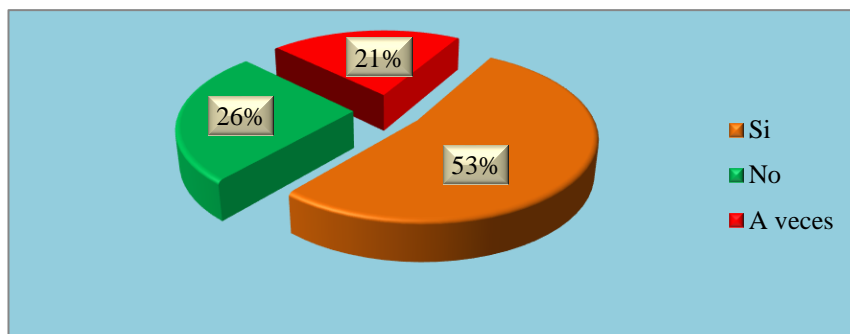


Gráfico 14: Uso del internet para escuchar radio o ver programas de televisión

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 10 muestra que, 53 personas encuestadas que representa el 53% han utilizado el internet para escuchar radio o ver programas de televisión, 26, que es el 26% indican que no lo hacen y 21 que representa el 21% manifiestan que lo hacen a veces.

Interpretación

Uno de los medios tecnológicos que más usa la población para recibir o compartir información es el internet, es por esto que este medio es ideal para que los medios nativos digitales se hagan conocer y lleguen con mayor facilidad a las personas.

11. ¿Le satisface la información que recibe de los medios nativos digitales?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	25	25%
<i>No</i>	19	19%
<i>A veces</i>	56	56%
TOTAL	100	100%

Cuadro 17: Información satisfactoria de los medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

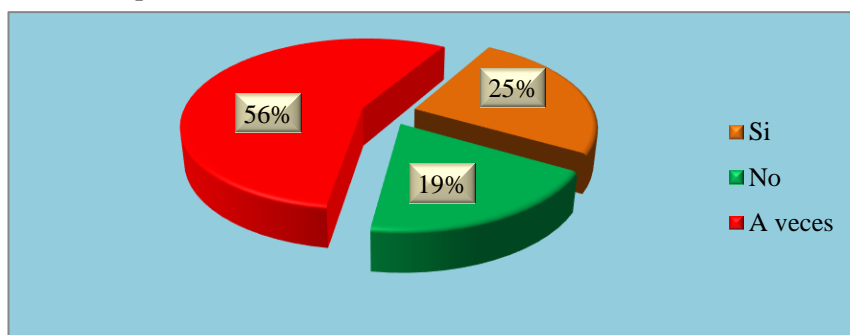


Gráfico 15: Información satisfactoria de los medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 11 muestra que, 25 personas encuestadas, que es el 25% les satisface la información que reciben de los medios nativos digitales, 19, que representa el 19% manifiestan que no les satisface y 56, que representa el 56% indican a veces les satisface la información.

Interpretación

Es decir que a un alto porcentaje de la población encuestada no les satisface plenamente la información recibida de los medios nativos digitales, por lo tanto, se requiere que se tomen los correctivos necesarios para compartir una mejor información con la ciudadanía.

12. ¿Se mejoraría la información del medio nativo digital con la participación ciudadana?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	56	56%
<i>No</i>	10	10%
<i>Tal vez</i>	34	34%
TOTAL	100	100%

Cuadro 18: Mejor información con la ciudadanía en un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

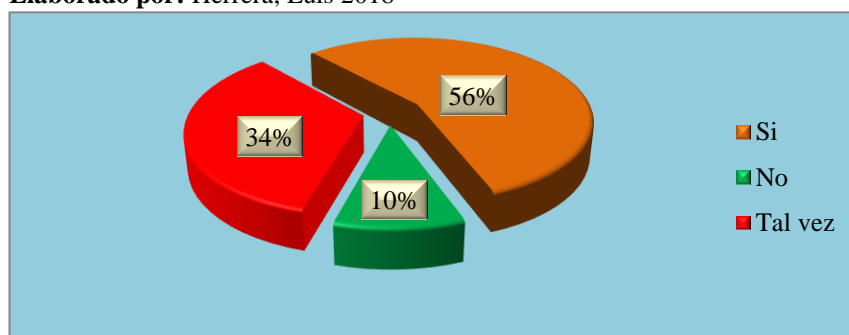


Gráfico 16: Mejor información con la ciudadanía en un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 12, muestra que 56 personas encuestadas, que es el 56% piensan que se mejoraría la información del medio nativo digital con la participación ciudadana, 10, que representa el 10% piensan que no es así y 34, que es el 34% indican que tal vez se podría mejorar la información.

Interpretación

La gran mayoría de ciudadanos encuestados está de acuerdo en que los medios nativos digitales brinden mejores oportunidades de participación de las personas en estos medios, de manera que esto colabore con la recepción de información de mejor calidad.

13. ¿Cree que los medios nativos digitales contribuirían al desarrollo de la sociedad?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	86	86%
<i>No</i>	14	14%
<i>TOTAL</i>	100	100%

Cuadro 19 : Contribución al desarrollo de la sociedad de medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

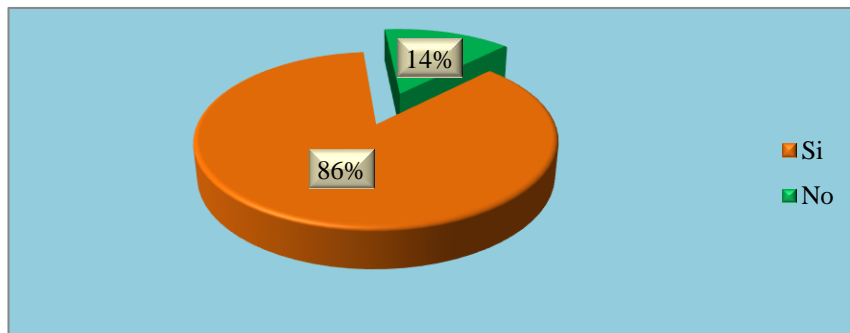


Gráfico 17: Contribución al desarrollo de la sociedad de medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 13 muestra que, 86 personas encuestadas, que es el 86% creen que los medios nativos digitales contribuirían al desarrollo de la sociedad, y 14, que representa el 14% manifiestan que no.

Interpretación

La gran mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo en que los medios nativos digitales contribuirán de manera adecuada para que la sociedad tenga un mejor desarrollo, especialmente a través de la información compartida con los ciudadanos.

14. ¿Le gustaría participar en un medio nativo digital?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	40	40%
<i>No</i>	10	10%
<i>Tal vez</i>	50	50%
TOTAL	100	100%

Cuadro 20: Participación en un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

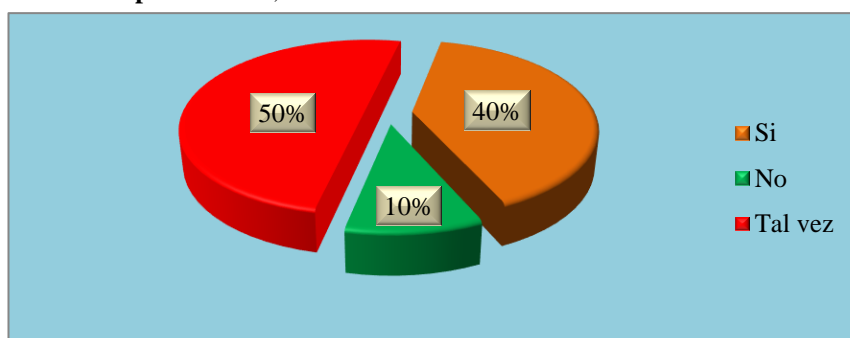


Gráfico 18: Participación en un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 14 muestra que, 40 personas encuestadas, que es el 40% les gustaría participar en un medio nativo digital, 10, que representa el 10% manifiestan que no participarían y 50, que representa el 50% indican que tal vez lo harían.

Interpretación

Existe una buena predisposición de la ciudadanía encuestada para participar en los medios nativos digitales de manera que se puede aprovechar esta apertura de la ciudadanía para solicitar su colaboración buscando siempre el bienestar común.

15. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir de un medio nativo digital?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Cultural</i>	14	14%
<i>Deportiva</i>	37	37%
<i>Variada</i>	30	30%
<i>Noticias</i>	7	7%
<i>Otros</i>	12	12%
TOTAL	100	100%

Cuadro 21: Preferencias de información de un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

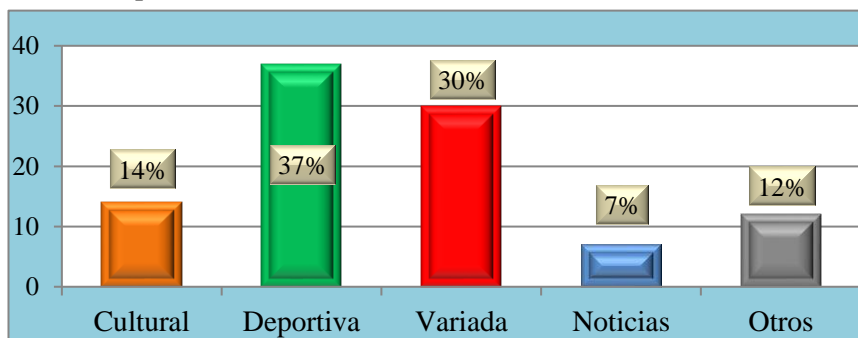


Gráfico 19: Preferencias de información de un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 15 muestra que, 14 personas encuestadas, que es el 14% les gustaría recibir información de tipo cultural de un medio nativo digital, 37 que representa el 37% prefieren información deportiva, 30 que representa el 30% prefieren información variada, 7 que representa el 7% prefieren la información de noticias y 12 que es el 12% prefieren otro tipo de información.

Interpretación

De acuerdo con estos datos recogidos, las personas encuestadas prefieren recibir información deportiva a través de los medios nativos digitales, aunque esta es la mayor preferencia, no se descarta la necesidad de la población en recibir información cultural y noticiosa a través de estos medios.

16. ¿Cree usted que los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga deben informar sobre la posibilidad de una erupción volcánica del Cotopaxi?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	91	91%
<i>No</i>	-	-
<i>Tal vez</i>	9	9%
TOTAL	100	100%

Cuadro 22: Información de los medios sobre posible erupción del Cotopaxi

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

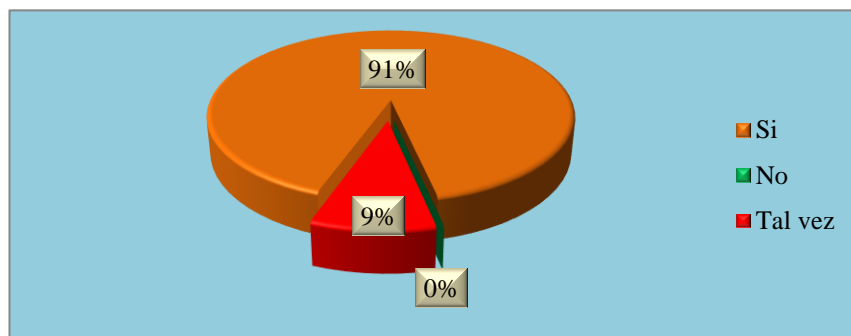


Gráfico 20: Información de los medios sobre posible erupción del Cotopaxi

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 16, muestra que 91 personas encuestadas lo que representa el 61% creen que los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga deben informar sobre la posibilidad de una erupción volcánica del Cotopaxi, y 9 que representa el 9% tienen indecisión al respecto.

Interpretación

En relación con esta encuesta, la mayoría de los ciudadanos de la ciudad de Latacunga está de acuerdo en que se requiere la importante información de los medios nativos digitales de la ciudad sobre una eventual erupción del volcán Cotopaxi, se puede notar que la población necesita de toda la información posible sobre este riesgo natural.

17. ¿Cómo le gustaría participar en un medio nativo digital?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Interactuando</i>	21	21%
<i>Redes sociales</i>	32	32%
<i>Internet</i>	41	41%
<i>Otro</i>	6	6%
TOTAL	100	100%

Cuadro 23: Preferencias de participación en un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

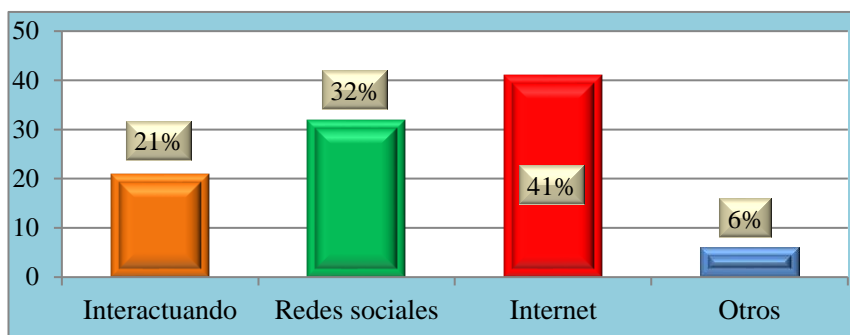


Gráfico 21: Preferencias de participación en un medio nativo digital

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 17 muestra que, 21 personas encuestadas, que es el 21% les gustaría participar en un medio nativo digital interactuando con estos medios, 32, que representa el 32% participaría a través de las redes sociales, 41 que representa el 41% le gustaría participar a través del internet y 6 que representa el 6% le gustaría participar de otra manera.

Interpretación

La mayoría de la población encuestada participaría con los medios digitales a través del internet, con una mayor preferencia, pero también se menciona, en un buen porcentaje la participación en estos medios a través de las redes sociales e interactuando con este tipo de medios.

4.1.2 Preguntas a Profesionales de los medios nativos digitales

1. ¿Conoce usted sobre la narrativa transmedia?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	2	40%
<i>No</i>	3	60%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 24: Conocimiento de la narrativa transmedia

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

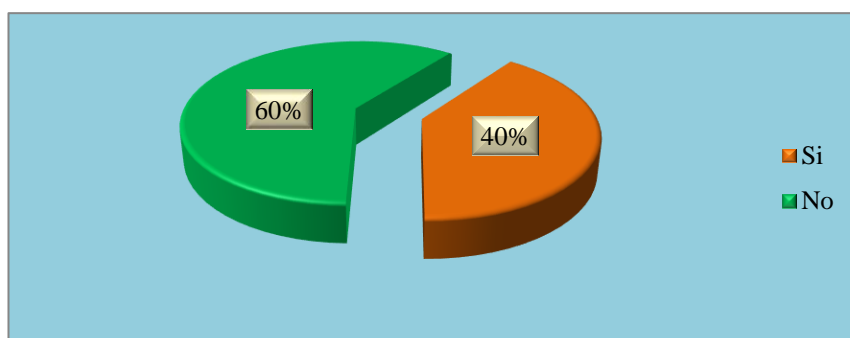


Gráfico 22: Conocimiento de la narrativa transmedia

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 1, muestra que 2 profesionales encuestados, que es el 40% conocen sobre la narrativa transmedia, y 3, que representa el 60% manifiestan que no conocen.

Interpretación

Estos resultados determinan que existe un mayor porcentaje de profesionales del periodismo que desconocen sobre lo que es la narrativa transmedia, es decir no existe mayor relación con este tipo de herramientas.

2. ¿Piensa usted que los medios digitales, deben implementar mejores técnicas como la narrativa transmedia, para proveer de una mejor información?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	3	60%
<i>No</i>	1	20%
<i>A veces</i>	1	20%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 25: Implementación de mejores técnicas para una mejor información

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

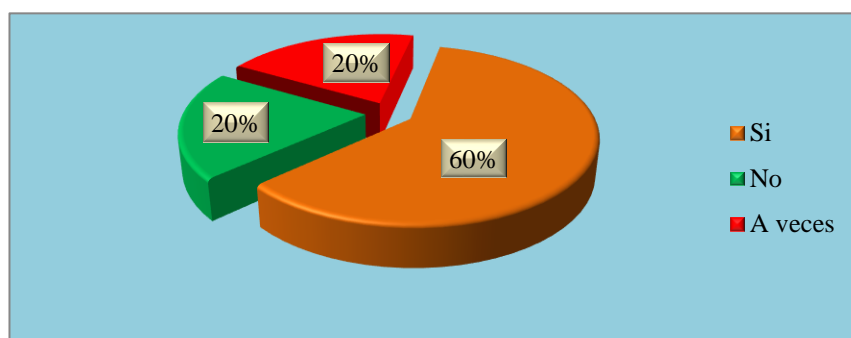


Gráfico 23: Implementación de mejores técnicas para una mejor información

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 2 muestra que, 3 profesionales encuestados, que es el 60% piensan que los medios digitales, deben implementar mejores técnicas como la narrativa transmedia, para proveer de una mejor información, 1, que representa el 20% manifiesta que no y 1, que es el 20% dice que a veces.

Interpretación

La mayoría de los profesionales encuestados reconoce que es necesaria la técnica de la narrativa transmedia en los medios digitales con el fin de que la ciudadanía reciba una mejor información y de manera más efectiva.

3. ¿Cree usted que recibiría buena información con contenido cultural, a través de un video juego?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	3	60%
<i>No</i>	-	0%
<i>A veces</i>	2	40%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 26: Información con contenido cultural a través de un video juego

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

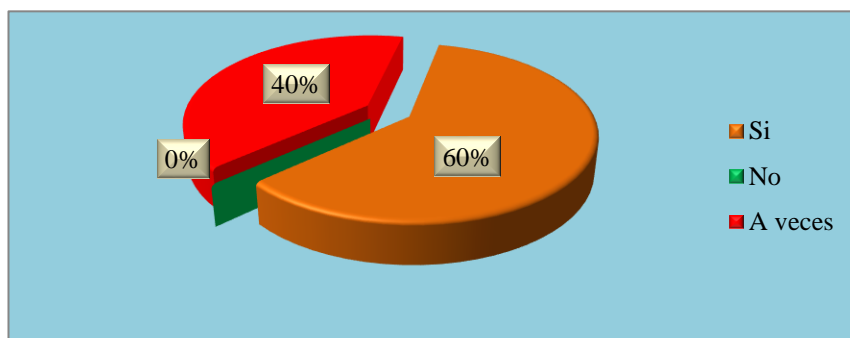


Gráfico 24: Información con contenido cultural a través de un video juego

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 3 muestra que, 3 profesionales encuestados, que es el 60% creen que recibirían buena información con contenido cultural, a través de un video juego, y 2, que representa el 40% manifiestan que a veces.

Interpretación

Aunque existe disparidad de criterios se observa que una de las maneras de compartir información cultural es a través de los videojuegos, es decir que se considera que este sería un buen método que se puede aplicar por parte de los medios digitales.

4. ¿Cree usted que los medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos para emitir una mejor información?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	1	20%
<i>No</i>	3	60%
<i>A veces</i>	1	20%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 27: Medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

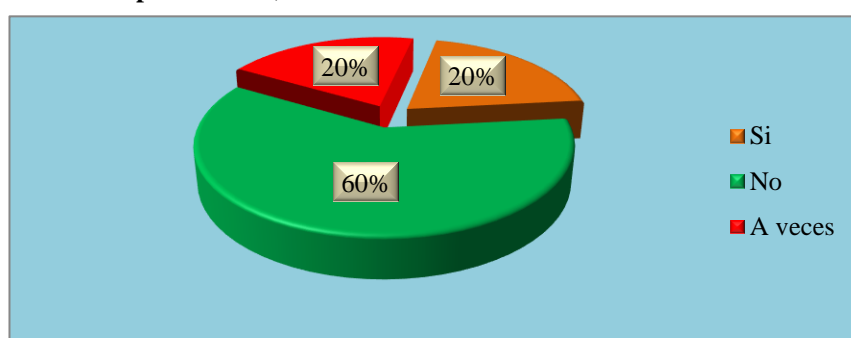


Gráfico 25: Medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 4 muestra que, 1 profesional encuestado, que es el 20% cree que los medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos para emitir una mejor información, 3, que representa el 60% manifiestan que no es así y 1 que representa el 20% manifiesta que a veces.

Interpretación

La mayoría de los profesionales encuestados reconocen que los medios digitales no utilizan a toda su capacidad los recursos tecnológicos que ellos disponen para que se emita una mejor información a la población.

5. ¿Piensa usted que se debe implementar la narrativa transmedia en los medios nativos digitales de la ciudad?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	4	80%
<i>No</i>	-	0%
<i>A veces</i>	1	20%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 28: Implementación de la narrativa transmedia en medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

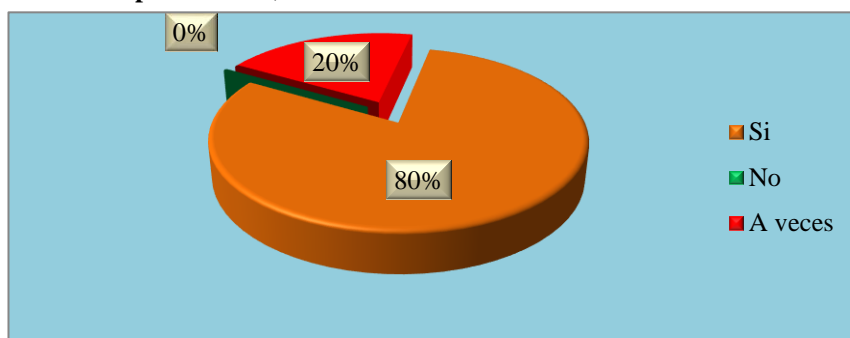


Gráfico 26: Implementación de la narrativa transmedia en medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 5 muestra que, 4 profesionales encuestados, que es el 80% piensan que se debe implementar la narrativa transmedia en los medios nativos digitales de la ciudad, y 1, que representa el 20% manifiestan que se debe imprimir a veces.

Interpretación

Los profesionales encuestados están de acuerdo que la narrativa transmedia es necesaria para que los medios digitales de la ciudad estén mejor preparados para entregar una información de calidad a la ciudadanía.

6. ¿Sabe usted que son los medios nativos digitales?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	3	60%
<i>No</i>	2	40%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 29: Conocimiento de los medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

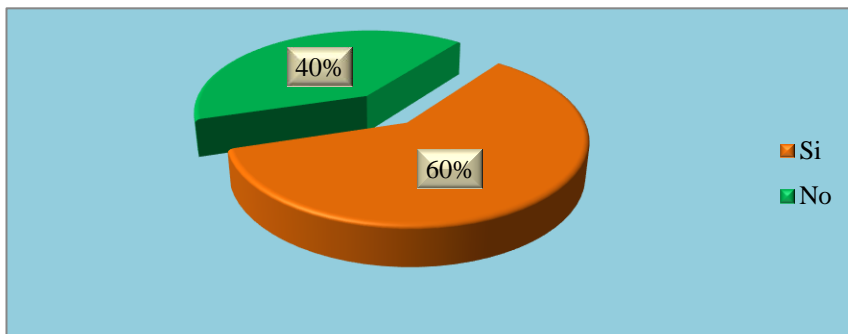


Gráfico 27: Conocimiento de los medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 6 muestra que, 3 profesionales encuestados, que es el 60% saben que son los medios nativos digitales, y 2, que representa el 40% manifiestan que no lo saben.

Interpretación

La mayoría de profesionales encuestados conocen sobre lo que son los medios nativos digitales, pero existe desconocimiento sobre este tema de un alto porcentaje de los profesionales de periodismo.

7. ¿Piensa usted que un medio nativo digital es un instrumento periodístico?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	4	80%
<i>No</i>	-	0%
<i>A veces</i>	1	20%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 30: Medio nativo digital como un instrumento periodístico

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

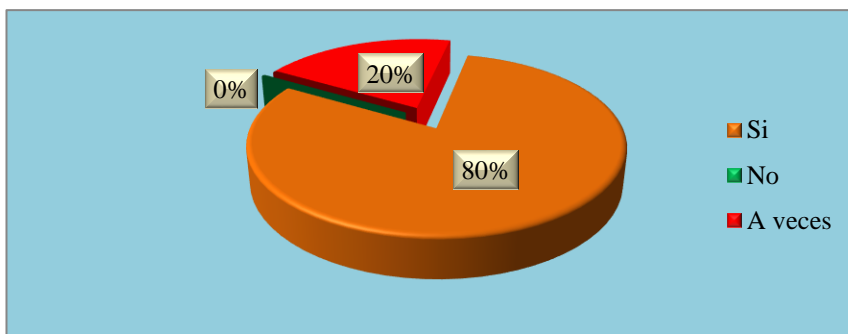


Gráfico 28: Medio nativo digital como un instrumento periodístico

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 7 muestra que, 4 profesionales encuestados, que es el 80% piensan que un medio nativo digital es un instrumento periodístico, y 1, que representa el 20% manifiestan que a veces.

Interpretación

Un alto porcentaje de profesionales encuestados está de acuerdo en que un medio nativo digital cumple las funciones de un instrumento periodístico d en el cual destaca justamente el trabajo de los profesionales de la comunicación.

8. ¿Cree usted que el medio nativo digital es un elemento de apoyo informativo?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	4	80%
<i>No</i>	-	0%
<i>A veces</i>	1	20%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 31: Medio nativo digital como elemento de apoyo informativo

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

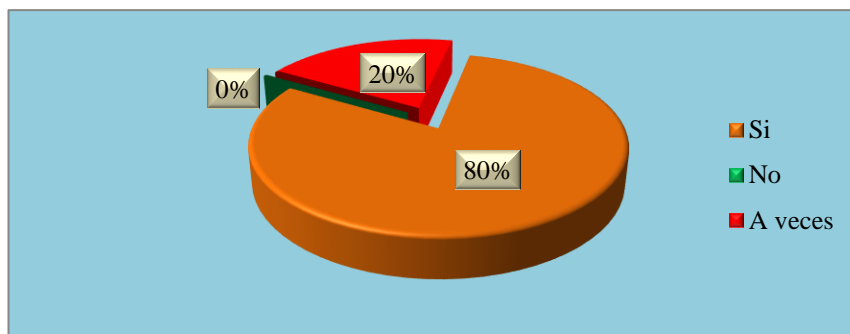


Gráfico 29: Medio nativo digital como elemento de apoyo informativo

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 8 muestra que, 4 profesionales encuestados, que es el 80% creen que el medio nativo digital es un elemento de apoyo informativo, y 1, que representa el 20% manifiestan que a veces es un apoyo.

Interpretación

La mayoría de los profesionales encuestados piensan que un medio nativo digital es un gran elemento de apoyo para el sector periodístico de la ciudad para que pueda emitir una mejor información a la ciudadanía.

9. ¿Se mejoraría la información del medio nativo digital con la participación ciudadana?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	4	80%
<i>No</i>	-	0%
<i>A veces</i>	1	20%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 32: Mejor información del medio nativo digital con la ciudadanía

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

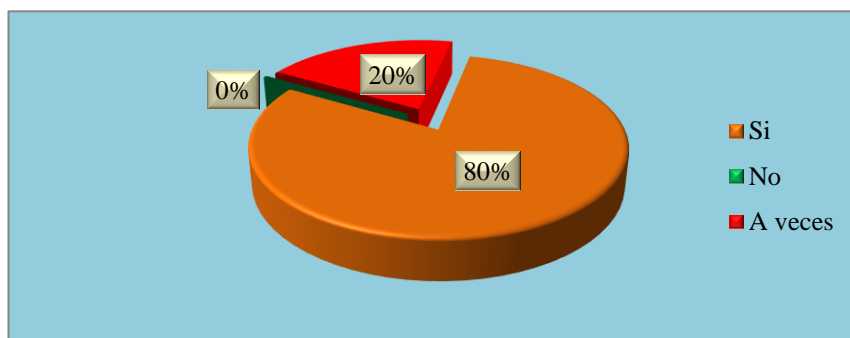


Gráfico 30: Mejor información del medio nativo digital con la ciudadanía

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 9 muestra que, 4 profesionales encuestados, que es el 80% creen que se mejoraría la información del medio nativo digital con la participación ciudadana, y 1, que representa el 20% manifiestan que a veces.

Interpretación

Es un criterio mayoritario de los profesionales del periodismo que la participación de la ciudadanía un medio nativo digital podría compartir mejor la información debido a que accede con mayor facilidad al criterio de las personas que desean participar en este tipo de medios.

10. ¿Cree que los medios nativos digitales contribuirían al desarrollo de la sociedad?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	5	100%
<i>No</i>	-	0%
<i>A veces</i>	-	0%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 33: Contribución al desarrollo social con medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

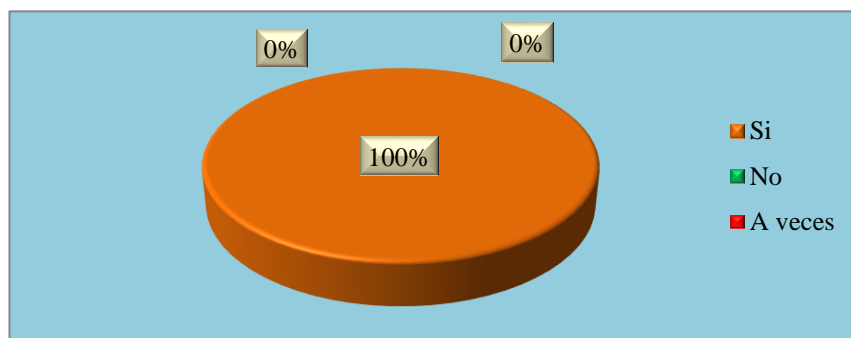


Gráfico 31: Contribución al desarrollo social con medios nativos digitales

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 10 muestra que, 5 profesionales encuestados, que es el 100% creen que los medios nativos digitales contribuirían al desarrollo de la sociedad.

Interpretación

El profesional del periodismo sabe que mientras existan mejores herramientas para desarrollar una mejor información, como son los medios nativos digitales, se contribuiría eficazmente al desarrollo de la sociedad debido a que esta información llegaría de mejor manera a la ciudadanía.

11. ¿Piensa usted que existe un crecimiento del periodismo digital en la ciudad?

<i>OPCIONES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	3	60%
<i>No</i>	2	40%
<i>Tal vez</i>	-	0%
<i>TOTAL</i>	5	100%

Cuadro 34: Crecimiento del periodismo digital en la ciudad

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

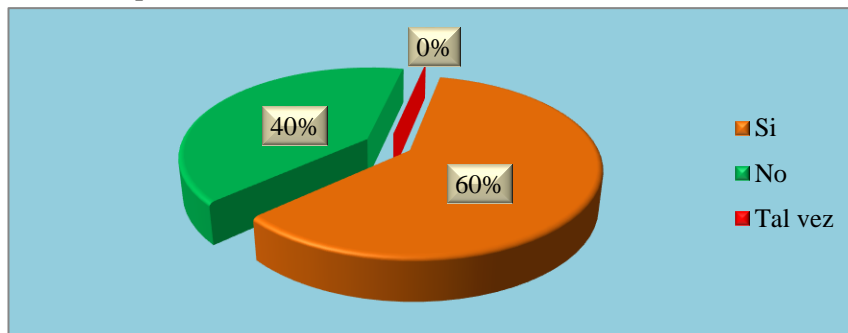


Gráfico 32: Crecimiento del periodismo digital en la ciudad

Fuente: Encuesta dirigida a Profesionales

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Análisis

La pregunta 11 muestra que, 3 profesionales encuestados, que es el 60% piensan que existe un crecimiento del periodismo digital en la ciudad, y 2, que representa el 40% manifiestan que no es así.

Interpretación

De acuerdo a los resultados de esta pregunta se determina que sí existe un crecimiento del periodismo digital de la ciudad, pero vale la pena tomar en cuenta el criterio contrario para que se mejore este tipo de periodismo debido a que con los recursos tecnológicos actuales se puede llegar a más personas y compartir información de mejor calidad.

4.2 Comprobación de hipótesis

Hipótesis alterna (H1): La aplicación de narrativa transmedia es determinante en la calidad de contenidos comunicacionales de los medios nativos digitales del cantón Latacunga.

Hipótesis nula (H0): La aplicación de narrativa transmedia no determina la calidad de contenidos comunicacionales de los medios nativos digitales del cantón Latacunga.

Para la comprobación de la hipótesis se toma en cuenta la hipótesis nula y la hipótesis alterna, con el objeto de relacionar las variables de la investigación que son la variable independiente: Narrativa transmedia; y la variable dependiente: Medios nativos digitales.

Las variables de estudio formaron parte del trabajo de campo que se realizó en la ciudad de Latacunga a los ciudadanos del casco central y a profesionales del periodismo. Con quienes se aplicó la técnica de la encuesta utilizando para ello, como instrumento, el cuestionario estructurado de preguntas.

Con los datos recogidos en las encuestas se procedió al análisis e interpretación de los mismos, lo que permitió establecer que la calidad de los contenidos que emiten los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga requieren de la aplicación de la narrativa transmedia para mejorar los mismos y lograr llegar a la necesidad informativa de la población que es la receptora de estos contenidos.

Decisión final

Los encuestados, en especial los profesionales del periodismo, indicaron que se requiere la implementación de instrumentos que incrementen la calidad de los contenidos informativos, siempre buscando satisfacer la demanda ciudadana en diferentes aspectos que los mismos indicaron en las encuestas. Es por estos criterios

emitidos que se toma en consideración y se acepta la hipótesis alterna (H1) la cual indica que: “La aplicación de narrativa transmedia es determinante en la calidad de contenidos comunicacionales de los medios nativos digitales del cantón Latacunga, de manera que se rechaza la hipótesis nula (H0).

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- De acuerdo a la encuesta realizada a los profesionales de la comunicación de los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga, se concluye que la narrativa transmedia, al ser una herramienta eficaz para mejorar la calidad de los contenidos comunicacionales de los medios nativos digitales de la ciudad, no tiene un nivel óptimo de aplicación.
- Luego de la encuesta dirigida a Profesionales del Periodismo, se concluye que el nivel de desarrollo de la narrativa transmedia en el periodismo digital en la ciudad de Latacunga, no es el adecuado afectando el crecimiento en la calidad de las emisiones informativas de los medios nativos digitales existentes de la ciudad.
- La ciudadanía encuestada manifiesta, en su mayoría, que está de acuerdo en la implementación de recursos tecnológicos como la narrativa transmedia en los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga, debido a que sería una forma de interactuar con este tipo de medios de comunicación, además de prestar un beneficio social a la ciudadanía.
- De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a la ciudadanía y a los profesionales de la comunicación digital de la ciudad de Latacunga, se concluye que existe la necesidad de diseñar un proyecto de narrativa transmedia que sirva como referente para los periódicos digitales nativos de la ciudad.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda implementar diversos recursos tecnológicos como la narrativa transmedia en los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga, de manera que los contenidos informativos sean más eficaces al momento de emitir información importante para la ciudadanía, especialmente en temas de aspecto social, cultural, deportivo y noticioso.
- Es necesaria la socialización de este tema a los profesionales de la comunicación para que exista un mayor conocimiento de la narrativa transmedia y sus beneficios para el desarrollo de mejores contenidos de la información en beneficio de la ciudadanía.
- Es recomendable que los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga, existentes y los que implementen en el futuro cuenten con el respaldo de los recursos tecnológicos actuales, y en el caso de este estudio, con la narrativa transmedia como una herramienta de gran importancia para que la información sea emitida de manera más efectiva y que exista además la participación conjunta con la ciudadanía.
- Se recomienda diseñar un sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga, mediante el uso de periodismo digital.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

- **Tema:** “Sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga, mediante el uso de periodismo digital”.

Beneficiarios Directos: Habitantes de Latacunga.

Beneficiarios Indirectos: Habitantes de las zonas de afectación ante una posible erupción volcánica del Cotopaxi.

Ubicación:

Provincia: Cotopaxi – Ecuador.

Cantón: Latacunga.

Parroquia: La Matriz.

Sector: La Matriz.

Tiempo estimado para la Ejecución: Segundo semestre del 2018.

Equipo Técnico Responsable: Será realizado por el propio investigador, Licenciado Luis Miguel Herrera Villagómez, y se enriquecerá con los contenidos creados por los usuarios.

6.2 Antecedentes de la propuesta

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a la ciudadanía y periodistas de Latacunga, se estableció que debido al poco conocimiento que existe del tema relacionado con la narrativa transmedia, es imperiosa la elaboración de un Sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga, que estará dirigido, en especial a la ciudadanía y por ende a los medios nativos digitales de la ciudad.

Esta herramienta servirá para que exista un mejor conocimiento de lo que es la narrativa transmedia, y que debidamente canalizado por los profesionales de la información, será muy adecuada para que la población conozca a fondo sobre estos temas actuales de información.

La ciudad de Latacunga se encuentra cerca del volcán Cotopaxi, que está en permanente actividad eruptiva, lo que convierte a este sector en área de riesgo de una posible erupción del volcán por lo que se hace necesaria la difusión a través de todos los medios informativos para que exista el conocimiento adecuado de este tipo de eventos. La ciudadanía debe estar preparada en caso de emergencia, este es uno de los motivos más importantes para implementar un reportaje transmedia que, a través de varias plataformas, contenga todo tipo de información necesaria para los habitantes de la ciudad y provincia.

6.3 Justificación

Debido los puntos señalados en los antecedentes se justifica plenamente la elaboración de la presente propuesta, debido a la necesidad de implementar herramientas tecnológicas adecuadas para que la población y el periodismo digital, se familiaricen con la narrativa transmedia, utilizando herramientas digitales que estén al alcance de la población, las cuales permitirán que los ciudadanos sean capaces de interactuar digitalmente con los profesionales del periodismo a través

de los medios nativos digitales y conocer más a fondo sobre varios temas en especial los desastres naturales.

Se justifica también debido a la necesidad de facilitar la comunicación de la ciudadanía con los medios nativos digitales, a través de plataformas fáciles de usar para la mayoría de la población. Esto servirá además para que fluya de mejor manera la información desde estos medios hacia la población, especialmente cuando se trate de informaciones que requieren se emitidas con urgencia como en caso de desastres naturales como puede ser la erupción del volcán Cotopaxi, debido a que la ciudad de Latacunga está expuesta a este tipo de eventos debido a su ubicación cercada al volcán que se encuentra en actividad.

Existe además varias áreas de aspecto social, cultural y noticioso que merecen ser informados a la ciudadanía y los medios nativos digitales existentes y los que se añadan pueden ejercer estas actividades en beneficio de la población.

6.4 Objetivos

Objetivos generales

Crear un sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga.

Objetivos específicos

- Elaborar varias plataformas digitales para uso y aplicación por parte de la ciudadanía.
- Establecer estrategias de socialización del reportaje transmedia.
- Realizar eventos de aplicación de las plataformas del reportaje transmedia con la ciudadanía.

6.5 Análisis de factibilidad

La elaboración de la propuesta es factible debido a la oportunidad de aplicar los medios tecnológicos actuales que están al alcance de la población, lo que permitirá la aplicación correcta y total de la misma en todos los ámbitos de la ciudad, además de un conocimiento global de varios temas sociales y emergentes de la actualidad de la ciudad y provincia.

Además, existe la apertura de los profesionales de periodismo digital de la ciudad y la población que está de acuerdo en su mayoría que se elabore y aplique la propuesta.

La propuesta es factible además porque la ciudad de Latacunga y la provincia requieren tener mayor información de temas relacionados con emergencias que se puedan presentar debido a diversos desastres naturales, además es importante la prevención y la forma como se debe actuar en el momento en que se presente la emergencia.

6.6 Fundamentación

Fundamentación social:

La sociedad actual tiene a su alcance las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, es por esta razón que requiere de medios como la narrativa transmedia para estar al día en cuanto a la información que recibe de los medios, en especial los digitales, así como compartir la misma con las demás personas.

Fundamentación comunicativa:

La comunicación es necesaria en todas las áreas que requiere la ciudadanía, estas pueden ser culturales, deportivas, y noticias, especialmente informaciones relacionadas con riesgos de la naturaleza, en el caso de la ciudad de Latacunga está ubicada cerca del Cotopaxi, que está en actividad.

6.7 Metodología, modelo operativo

Cuadro: Metodología - modelo operativo

Fases	Metas	Estrategias	Recursos	Responsable	Tiempo
Socialización	Socializar con la comunidad sobre la creación de un sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga.	Reuniones con autoridades y representantes de la población de la ciudad de Latacunga.	Humanos Materiales Tecnológicos Económicos	Lcdo. Luis Miguel Herrera Villagómez	Segundo semestre del 2018
Planificación	Recolectar toda la información necesaria para la elaboración de las plataformas de la propuesta.	Coordinar acciones con profesionales y expertos en el área vulcanológica y de emergencia ciudadana.	Humanos Materiales Tecnológicos	Lcdo. Luis Miguel Herrera Villagómez	Segundo semestre del 2018
Presentación	Presentar a la ciudadanía, a través de la página web y las redes sociales el sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga.	Diseñar y elaborar las diferentes plataformas de la página web en donde se informará lo relacionado con una eventual erupción del volcán Cotopaxi, con todos sus enlaces.	Humanos Materiales Tecnológicos	Lcdo. Luis Miguel Herrera Villagómez	Segundo semestre del 2018
Evaluación	Evaluar el resultado de la presentación y aceptación por parte de la población sobre el sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga.	Usar los recursos disponibles con los que se pueda evaluar la efectividad del sitio web especializado, dirigido a la población de la ciudad de Latacunga para corregir errores y lograr una mejor recepción de la información.	Humanos Materiales Tecnológicos	Lcdo. Luis Miguel Herrera Villagómez	Segundo semestre del 2018

Cuadro 35: Metodología, Modelo operativo
Elaborado por: Herrera, Luis 2018

6.8 Descripción de la propuesta

Para la creación del sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga se requerirá de las siguientes Herramientas:

Plataforma principal:

- Creación de una página WEB.

La página Web debe tener todos los enlaces a las diferentes plataformas que componen todo el reportaje transmedia.

Nombre tentativo de la página WEB:

“El Cotopaxi: Cuello de Luna”.

Segunda plataforma: (Plataformas secundarias)

- **Blog**

Al ser un blog un diario digital este será muy adecuado para poder interactuar con la población, o a quién acceda a la página web con el propósito de emitir criterios sobre varios temas a tratarse, esta es una buena opción para que exista la interacción con la ciudadanía.

- **Creación de una Red social**

Las redes sociales son la herramienta que más utilizan las personas para comunicarse, es por esto que se requiere la creación de una red social relacionada con la página web, en especial con el tema de la misma que es “El Cotopaxi: Cuello de Luna”.

Tercera plataforma: (Plataformas complementarias)

- **App**

De acuerdo a algunas definiciones encontradas en el internet se manifiesta que las Apps son programas que pueden ser instalados en dispositivos móviles o computadoras personales, con esto el usuario puede realizar diversas actividades, pueden ser juegos, recibir noticias actualizadas y también descargar archivos multimedia; además se manifiesta que las Apps ocupan espacios pequeños de memoria, se instalan rápidamente y, principalmente son muy dinámicos (IIEMD, 2016).

- **QR Codes:**

Estos son códigos que pueden ser direccionados a un correo electrónico, una página web o un perfil en una red social.

Este tipo de códigos permiten la conexión con otras plataformas debido a la facilidad de su lectura digital, a más de que al ser escaneadas, pueden ser utilizadas por varios dispositivos digitales.

- **Infografías**

Se puede acotar que "...la infografía es un tipo de comunicación con un alto grado de apoyo visual o datos concretos al presentar mensajes que facilitan la comprensión del tema complejo con igual o superior eficiencia que otros medios textuales de divulgación" (Guzmán, Lima, & Ferreira, 2015).

Las infografías pueden ser instrumentos útiles para que la información sea más clara y comprensible para los usuarios de la página web.

- **Videos: entrevistas, testimonios, tutoriales y animaciones**

Los videos son de gran utilidad para el mensaje visual que se envía a los usuarios de las plataformas digitales, y son estos justamente los que pueden servir para interactuar con la población, que son quienes pueden participar en los videos.

- **Audios: podcasts: entrevistas, testimonios o clases. Los usuarios pueden descargarlos o escucharlos en *streaming* por las radios online.**

Al igual que los videos, los audios pueden tener mensajes específicos de información relevante, sobre temas relacionados con el conocimiento de los eventos que pueden suceder antes, durante y después de una activación más intensa del volcán Cotopaxi.

- **Documentales**

Con la idea de transmitir temas de actualidad lo más recomendable es desarrollar documentales cortos con mensajes específicos y claros, desarrollados profesionalmente para que la ciudadanía tome la atención debida, estos documentales deben ser amenos y deben captar toda la atención del público receptor, de manera que se cumpla con el objetivo principal que es el informar y educar a la población sobre temas varios en especial la prevención de riesgos.

- **Eventos**

Los eventos deben ser organizados con la participación de la ciudadanía para lo cual se requiere la respectiva difusión de los medios nativos digitales a través de sus varias plataformas.

- **Presentaciones**

Las presentaciones se las puede preparar digitalmente en las diversas plataformas que contiene el reportaje transmedia.

- **Historietas (Cómics)**

De acuerdo a las encuestas realizadas a la ciudadanía, este es una sugerencia que se debe tomar muy en cuenta debido a que un alto porcentaje de los encuestados manifestaron que les gustaría que los medios digitales utilicen historietas para captar mejor la información, esta es una buena manera de enviar mensajes que sean fáciles de captar y que sirvan para preparar a la ciudadanía para afrontar cualquier tipo de eventos naturales.

Esquema del reportaje transmedia



Ilustración 5: Esquema del reportaje transmedia
Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Página Web, plataforma principal

Título: El Cotopaxi, Cuello de Luna.

La página principal contendrá informaciones relacionadas con el volcán Cotopaxi, presentando primeramente el nombre que contiene el significado de la palabra en lenguaje nativo Kichwa, además incluye elementos sugestivos para que el usuario entienda de primera mano la peligrosidad de este coloso de los Andes ecuatorianos.

Componentes de la página web

1. Título

2. Información general

- Historia.
- Ubicación.
- Significado.
- Etc.

Propuesta de diseño de la página web

Link:

<https://luismherrerav.wixsite.com/cuellodeluna>

A continuación, se presentan imágenes relacionadas con la página web propuesta:

La portada principal presenta primera mente información en audio de una experta en volcanes, la vulcanóloga estadounidense, Patricia Mothes.

Ilustración 6: Portada principal



Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Existe una introducción en audio al tema del volcán Cotopaxi a cargo del historiador latacungueño Paúl García Lanás.



Ilustración 7: Portada 2

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Se incluye también información relacionada con las actividades que se deben tomar en cuenta por la ciudadanía son sugerencias antes, durante y después de una eventual erupción del volcán Cotopaxi.

Ilustración 8: Portada 3



Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Además cuenta con los enlaces a la página del blog, descargas correspondientes a la App y el comic y la información de contacto.

Ilustración 9: Portada 4



Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Se presentan también imágenes de los interiores de la página web

Interior 1: Información general del volcán Cotopaxi.



Ilustración 10: Interior 1
Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Interior 2: Antes de una eventual erupción: Indicaciones en audio por parte de Cristina Jácome: Instructora de Riesgos.



Ilustración 11: Interior 2
Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Interior 3: Durante de una eventual erupción: Instrucciones en audio por parte de Isabel Herrera, Experta en seguridad ocupacional.

Ilustración 12: Interior 3



Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Interior 4: Después de una eventual erupción: Instrucciones en audio por la vulcanóloga Patricia Mothes.



Ilustración 13: Interior 4

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

3. Plataformas secundarias

- **App**

Los componentes de la aplicación son:

- Mapas con zonas de riesgo y seguras ante una eventual erupción del Cotopaxi.
- Disponibilidad en Android e IOS.

Propuesta de diseño de la APP



Ilustración 14: Diseño de la APP
Elaborado por: Herrera, Luis 2018

- **Blog**

Los componentes del blog son

- Comentarios y opiniones de los usuarios en temas como los riesgos del coloso.
- Página principal del blog.
- Cabecera del blog (Logo).
- Publicaciones de los posts.
- Barra lateral.

- El “*footer*” o el pie de página del blog.

Propuesta de diseño del blog

El diseño de la página del blog está en construcción.

- **Red social**

Elementos de la red social:

- Nombre.
- Usuario.
- Logotipo del sitio.
- Enlace con el sitio web.
- Datos biográficos.
- Nodos.
- Lazos o vínculos, (En especial interacción social).

Se puede trabajar con las siguientes redes sociales, cada una con la información relevante del volcán con la identificación principal, “Cuello de Luna”.

Redes sociales más comunes:

- **Facebook:** Como protegerse del Cuello de Luna. Actualizaciones de cómo protegerse de una eventual erupción del volcán Cotopaxi “Cuello de Luna”.
- Twitter.
- Instagram.
- Youtube.
- MySpace.
- LinkedIn.
- WhatsApp.

Propuesta de diseño de la red social

El diseño de la página de la red social está en construcción.

- **Historieta**

Elementos de la historieta

- **Título:** Protegiéndonos de nuestro vecino: el Cotopaxi.
- **Contenido.**
- **Realizado en formato A2, para colorear.**

Propuesta de diseño de la historieta

Primer boceto



Ilustración 15: Primer boceto de la historieta
Elaborado por: Herrera, Luis 2018

Diseño definitivo



Ilustración 16: Diseño final de la historieta
Elaborado por: Herrera, Luis 2018

6.9 Administración de la propuesta

Responsables	Funciones	Actividades
Autoridades	Permitir el uso de instalaciones públicas para la difusión de la propuesta.	- Coordinar acciones para que la ciudadanía conozca de la importancia del sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga.
Investigador	Desarrollo, ejecución y supervisión de la propuesta. Presentación del sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga. Evaluar la aplicación de la propuesta.	- Crear el sitio web especializado en comunicación de riesgo para el cantón Latacunga ante la posible erupción del volcán Cotopaxi. -Presentar la propuesta a las autoridades de la ciudad y a la población a través de la página web y las redes sociales. -Realizar programas de evaluación de todas las plataformas de la página web para mejorar su aplicación.
Ciudadanos	Colaboración en la ejecución de la propuesta.	- Interactuar activamente en los chats, los blogs, historietas, aplicaciones y redes sociales.
Profesionales de la comunicación	Colaborar en forma activa durante la presentación y ejecución de la propuesta.	- Participar activamente en la página web del reportaje transmedia, dirigido a la población de la ciudad de Latacunga ante la posible erupción del Volcán Cotopaxi. - Interactuando con la población.

Cuadro 36: Administración de la propuesta

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

6.10 Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. Qué evaluar	<ul style="list-style-type: none"> - El contenido de las plataformas de la página web. - El funcionamiento de las páginas principales, secundarias y complementarias. - La recepción de la población del sitio web.
2. ¿Por qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Se necesita establecer el cumplimiento de los objetivos propuestos. - Para verificar la eficacia del mensaje de las plataformas de la página web.
3. ¿Para qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la información de las plataformas. - Corregir errores. - Entregar la información correcta y a tiempo a la ciudadanía.
4. ¿Con qué parámetros?	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio a la comunidad, profesionalismo, constancia, eficiencia, efectividad, responsabilidad.
5. ¿Quién evalúa?	<ul style="list-style-type: none"> - Investigador. - Usuarios de la página web. - Autoridades de la ciudad. - Profesionales de la comunicación.
6. ¿Cuándo evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Durante todo el proceso de presentación y aplicación del reportaje transmedia.
7. ¿Cómo evaluar?	<p>Utilizando técnicas como la encuesta, entrevista y observación a los usuarios de la página web y sus plataformas.</p>
8. ¿Con qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Las encuestas online con el cuestionario previamente estructurado. - Entrevistas personales con la guía de entrevista. - Fichas de observación dirigidas a parte de la ciudadanía y profesionales de la comunicación.

Cuadro 37: Previsión de la evaluación

Elaborado por: Herrera, Luis 2018

MATERIALES DE REFERENCIA

- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito, Ecuador: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional. (25 de Junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Quito, Ecuador: Registro Oficial.
- Banco de la República. (14 de Mayo de 2015). *Los medios de comunicación*. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de Banco de la República. Actividad cultural:
http://www.banrepultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion
- Barros, C., & Barros, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(3), 26-31. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v7n3/rus04315.pdf>
- Bocanegra, M. (11 de Agosto de 2016). *StoryHackers, narrativa transmedia que recorre el mundo*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de blog.mediaparty.info: [https://blog.mediaparty.info: https://blog.mediaparty.info/storyhackers-narrativa-transmedia-que-recorre-el-mundo-f83e21ed13f4](https://blog.mediaparty.info/storyhackers-narrativa-transmedia-que-recorre-el-mundo-f83e21ed13f4)
- Busquets, J. (17 de Diciembre de 2013). *Narrativas Transmedia en el Museo*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de Cultura Conectada: <https://culturaconectada.com/2013/12/17/narrativas-transmedia-en-el-museo/>
- Castillo, G. (08 de noviembre de 2017). *Las nuevas tecnologías: ¿un nuevo paradigma para el hombre?* Recuperado el 23 de agosto de 2018, de Vida Universitaria: <https://www.unav.edu/web/vida-universitaria/detalle-opinion2?articleId=16258784>
- Cataño, N., Marroquín, L., & Múnera, M. (19 de Abril de 2014). *Biblia Transmedia*. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de La biblia transmedia: <http://labibliatransmedia.blogspot.com/>
- Cazar, A. (2017). *Análisis sobre los derechos a la comunicación, ética y retos del periodismo en los medios nativos digitales ecuatorianos*. Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana de Quito.
- Chávez, M. (24 de noviembre de 2016). *Los medios de comunicación digitales*. Recuperado el 04 de septiembre de 2018, de Medios de comunicación digital: <http://cmunicacionesdigitals.blogspot.com/2016/11/los-medios-de-comunicacion-digitales.html>

- Corte, M. (2016). Reflexiones en torno al propósito educativo de Canal Encuentro. *Questión*, 1(51), 360-375. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Desktop/3403-12991-1-PB.pdf
- Crónica. (25 de Enero de 2017). *Literatura transmedia*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de crónica. Las noticias al día: <https://www.cronica.com.ec/opinion/columna/columnista/item/17508-literatura-transmedia>
- Crucianelli, S. (2013). *Herramientas digitales para periodistas* (2da. ed.). Texas, EEUU: Knight Center for Journalism in the Americas.
- Ecuador Universitario. (28 de Septiembre de 2015). *EDUCA, la televisión para aprender, desafiará a los campuseros en su hackatón*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de Ecuador Universitario: <http://ecuadoruniversitario.com/arte-y-cultura/educa-la-television-para-aprender-desafiara-a-los-campuseros-en-su-hackaton/>
- El País. (13 de Febrero de 2017). *El País*. Obtenido de El País: <https://elpais.com/corporativos/>
- Enríquez, R. (2016). *Comprensión de la utilización de las redes sociales en las narrativas transmedia en desastres naturales. Caso: terremoto ecuador abril 2016*. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Escandón , P. (16 de Agosto de 2017). La narrativa transmedia. (L. Herrera, Entrevistador)
- Fernández, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor:Hacia una definición del Contenido Generado pored Usuario (CGU). *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 53-67.
- Flores, C. (08 de abril de 2016). *RENATO VELÁSQUEZ “Las organizaciones periodísticas deben tener un departamento de Innovación y Desarrollo”*. Recuperado el 30 de Agosto de 2017, de Universidad de Piura. UDEP [Hoy]: <http://udep.edu.pe/hoy/2016/las-organizaciones-periodisticas-deben-tener-un-departamento-de-innovacion-y-desarrollo/>
- Franco, M. (17 de abril de 2013). *Las narrativas transmedia en el periodismo*. Recuperado el 25 de agosto de 2018, de Marta Franco: <http://martafranco.es/las-narrativas-transmedia-en-el-periodismo/>
- Fundamedios. (31 de Agosto de 2015). *Listado de medios nativos digitales en Ecuador*. Obtenido de Fundamedios: <http://www.fundamedios.org/listado-de-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>

- Gallego, A. (2011). *Diseño de Narrativas Transmediáticas*. Manizales, Colombia: Universidad de Caldas.
- Gómez-Martínez, J. L. (s.f.). *Introducción a la narrativa*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de [ensayistas.org](http://www.ensayistas.org):
<http://www.ensayistas.org/curso3030/genero/narrativa/>
- González, J. (25 de Agosto de 2016). *Glosario básico de términos de Internet Marketing*. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de José Luis González:
<http://www.empoderandopersonas.com/glosario-basico-de-terminos-de-internet-marketing/>
- Guzmán, Y., Lima, N., & Ferreira, R. (2015). La experiencia de elaborar infografías didácticas sobre diversidad sexual. *Revista Latina de Comunicación Social*(70), 961-981. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/819/81948469050.pdf>
- Idrovo, C. (2015). *Medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta Matutina N° 119 Dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Igarza, R. (2016). Escenas Transmediales. En F. Irrigaray, *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas* (págs. 13-22). Buenos Aires, Argentina: La Crujia.
- IIEMD. (16 de Septiembre de 2016). *Que son APPS: definición*. Obtenido de IIEMD: <https://iiemd.com/apps/que-son-apps>
- INEC. (2017). *Proyecciones poblacionales*. Recuperado el 31 de Agosto de 2017, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Irigaray, F. (24 de Noviembre de 2016). *América Latina "toma la delantera" en la narrativa transmedia, según Fernando Irigaray*. Obtenido de www.efe.com: <https://www.efe.com/efe/espana/comunicacion/america-latina-toma-la-delantera-en-narrativa-transmedia-segun-fernando-irigaray/50000095-3106934#>
- Jaén, I. (09 de Marzo de 2016). *¿Qué es la Narrativa Transmedia y cómo influye en el Marketing?*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de ignaciojaen.es:
<https://ignaciojaen.es/que-es-la-narrativa-transmedia/>
- Jaramillo, A. (28 de Abril de 2016). Hay más medios nativos digitales, pero su sostenibilidad es difícil. *El Comercio*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/medios-nativos-digitales-sostenibilidad-publicidad.html>

- Loizate, M. (11 de Diciembre de 2015). *Storytelling transmedia. Factores que influyen en la participación activa del usuario en campañas publicitarias basadas en estrategias de storytelling transmedia*. Obtenido de Universidad Autónoma de Barcelona:
https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2015/hdl_2072_257212/Maite_Loizate.pdf
- López, T. (Agosto de 2013). *"Periodista Digital" una definición en construcción*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de <http://tonnylp.blogspot.com>:
<http://tonnylp.blogspot.com/2013/08/periodista-digital-una-definicion-en.html#.WZyPBj7yils>
- Lorenzi, L. (2016). *Fundamentos de la narrativa transmedia para el desarrollo del periodismo de datos*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid .
- Lovato, A. (2015). Del Periodismo Multimedia al Periodismo Transmedia. En F. Irigaray , & A. Lovato, *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías* (págs. 33 - 51). Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Martínez, F. (2014). El uso de las redes sociales en los medios digitales españoles. En F. S. Lassa, *Universidad, investigación y periodismo digital* (págs. 79-83). Zaragoza, España: Asociación de Periodistas de Aragón. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de
<http://decimoquinto.congresoperiodismo.com/pdf/libro2014.pdf>
- Meléndez, J. (2016). *Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina*. México: Factual. Recuperado el 27 de agosto de 2018, de
http://primeirodigital.com.br/wp-content/uploads/2016/02/EstudioMediosDigitales_Factual_2016.pdf
- Merchán, E. (2017). *Uso de las tics, plataformas digitales y medios interactivos en las unidades educativas del milenio: un estudio de caso*. Machala, Ecuador: Universidad Técnica de Machala.
- Morán, S. (31 de Agosto de 2015). *El auge de los medios nativos digitales en Ecuador*. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de Planv. Sociedad historias: <http://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-auge-medios-nativos-digitales-ecuador>
- Ortolano, M., & Betta, L. (19 de febrero de 2016). *Hipertextualidad y Multimedialidad*. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de cultura.wordpress.com:

<https://cultura.wordpress.com/2016/02/19/hipertextualidad-y-multimedialidad/>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227-232. Recuperado el 29 de agosto de 2018, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Páez, J. (2013). *narrativa en el videojuego, interfaz y cuerpo*. Quito, Ecuador: Universiadd Andina Simón Bolívar.

Pedrorvd. (13 de Noviembre de 2013). *Periodismo Digital: Definición y Características*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de pedrorvd: <https://pedrorvd.wordpress.com/2013/11/13/periodismo-digital-definicion-y-caracteristicas/>

Pérez, P. (20 de Abril de 2016). *El periodismo en la era digital*. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de El país: https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html

Periodismo online. (s.f.). *Periodismo digital* . Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de periodismo-online.de: http://www.periodismo-online.de/prensa/unidades/unidad7/Periodismo_digital.pdf

Punín, M., Rivera, D., & Marín, I. (Junio-septiembre de 2014). *El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de rabida.uhu.es: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/9611/El_periodista_digital.pdf?sequence=2

Quees.info. (06 de Agosto de 2013). *¿Qué es una página web?* Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de www.quees.info: <http://www.quees.info/que-es-una-pagina-web.html>

Renó, L., & Renó, D. (2013). Narrativa transmedia y mapas interactivos: periodismo contemporáneo. *Razón Y Palabra*, 465 - 473. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiM9t2GjfrVAhVD6yYKHQ_bBDUQFggkMAA&url=http%3A%2F%2Frevistarazonypalabra.org%2Findex.php%2Fryp%2Farticle%2Fdownload%2F558%2F587&usq=AFQjCNH7Sdy08140A-D21As14-GFynk

Renó, L., & Renó, D. (junio – agosto de 2013). Narrativa Trasmmedia Y Mapas Interactivos: Periodismo Contemporáneo. *Razón y Palabra* , 465-473 .

Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de
<http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/558/587>

Rigcha, A., & Salguero, A. (2015). *Programa Educa, televisión para aprender y su incidencia en el proceso de aprendizaje en las niñas de 10 y 11 años del séptimo año de educación básica de la Unidad Educativa Amelia Gallegos Díaz en el periodo febrero - agosto de 2015*. Riobamba, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.

Rivera, D. (2011). El ciberperiodismo en Ecuador. Casos de estudio La Hora y Crónica, periódicos de Loja. *Quórum Académico*, 8(16), 269 - 280. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de
<file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Dialnet-ElCiberperiodismoEnEcuador-3865226.pdf>

Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*(122), 111-117. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de
<http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/79/91>

Rodríguez, J., López, L., & González, L. (2015). La narrativa transmedia como experiencia de simulación de inteligencia colectiva. El caso de Atrapados. *Signo y Pensamiento*, 60 - 74. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de
<http://www.redalyc.org/pdf/860/86043044003.pdf>

Sánchez, J. (2006). *Narrativa audiovisual*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Sánchez, S., & Galán, E. (2016). Narrativa transmedia y percepción cognitiva en El Ministerio del Tiempo (TVE). *Revista Latina de Comunicación Social*(071), 508 - 526. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81943468027>

Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: Nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura digital*, 71 - 81. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de accioncultural.es:
https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf

Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de cultura digital*, 71 - 81. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de
https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf

- Tamayo, G. (2015). Diseños muestrales en la investigación. *Semestre Económico*, 4(7). Recuperado el 29 de agosto de 2018, de file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Dialnet-DisenosMuestralesEnLaInvestigacion-5262273.pdf
- Tendencias digitales. (11 de Agosto de 2017). *Evolución de los medios sociales en Ecuador*. Obtenido de Tendencias digitales: <https://tendenciasdigitales.com/evolucion-de-los-medios-sociales-en-ecuador/>
- Universidad de Valladolid. (20 de Diciembre de 2015). *Periodismo en construcción*. Obtenido de uvaciberperiodismo: <https://uvaciberperiodismo.wordpress.com/2015/12/20/tipologia-e-historia-de-the-guardian/>
- Universidad Nacional de la Plata. (17 de Abril de 2017). *Narrativa Periodística Transmedia*. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de Universidad Nacional de la Plata: <http://perio.unlp.edu.ar/sitios/observatoriodetecnologias/narrativa-periodistica-transmedia/>
- Utrilla, J. (2015). *Características de diseño y contenido de los medios digitales especializados en periodismo deportivo en Guatemala*. Ciudad de Guatemala, Guatemala: Universiadd Rafael Landívar.
- Verón, J., & Sabés, F. (2014). Reflexiones sobre comunicar y opinar en el periodismo digital. En F. S. Lassa, *Universidad, investigación y periodismo digital* (págs. 153 -160). Zaragoza, España: Asociación de Periodistas de Aragón . Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de <http://decimoquinto.congresoperiodismo.com/pdf/libro2014.pdf>
- Vidal, M., Vialart, M., & Hernández, L. (2013). Redes sociales. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146-157. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de <http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v27n1/ems17113.pdf>
- Villena, E. (2014). La narrativa transmedia en el modelo de comunicación de las empresas de moda internacionales: un estudio del caso. *Communication Papers—Media Literacy & Gender Studies*-, 3(4), 15 -21. Recuperado el 21 de Agosto de 2017, de <http://ojs.udg.edu/index.php/CommunicationPapers/article/view/128/PDF>
- Zárate, P. (18 de Mayo de 2016). *Primer estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina*. Recuperado el 30 de Agosto de 2017, de Ideas Digitales Aplicadas SpA. (IDA): <https://www.ida.cl/blog/marketing-digital/medios-digitales-periodismo-america-latina/>

ANEXOS



Anexo No. 1



Encuesta a los ciudadanos del sector urbano de la ciudad de Latacunga

Objetivo: Conocer el criterio de los ciudadanos sector urbano de la ciudad de Latacunga sobre la narrativa transmedia y los medios nativos digitales.

Instrucciones: Lea la pregunta y escoja una de las alternativas.

1. ¿Le gustaría participar en un medio digital?

Si ()

No ()

Tal vez ()

2. ¿Le gustaría que un medio digital le dé información a través de un juego?

Si ()

No ()

3. ¿Le gustaría participar en grupos de trabajo en los medios digitales?

Si ()

No ()

Tal vez ()

4. ¿Le gustaría que los medios digitales utilicen historietas para captar mejor la información?

Si ()

No ()

5. ¿Cree usted que los medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos para emitir una mejor información?

Si ()

No ()

Tal vez ()

6. ¿Estaría motivado a ingresar frecuentemente a un medio nativo digital, desde cualquier dispositivo electrónico?

- Si () No () Tal vez ()
7. ¿Sabe usted que son los medios nativos digitales?
Si () No ()
8. ¿Conoce usted algún medio nativo digital en su ciudad?
Si () No ()
9. ¿Considera usted que los medios de Comunicación tradicionales le brindan espacios para opinar y expresarse?
Si () No () A veces ()
10. ¿Ha utilizado el internet para escuchar radio o ver programas de televisión?
Si () No () A veces ()
11. ¿Le satisface la información que recibe de los medios nativos digitales?
Si () No () A veces ()
12. ¿Se mejoraría la información del medio nativo digital con la participación ciudadana?
Si () No () Tal vez ()
13. ¿Cree que los medios nativos digitales contribuirían al desarrollo de la sociedad?
Si () No ()
14. ¿Le gustaría participar en un medio nativo digital?
Si () No () Tal vez ()
15. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir de un medio nativo digital?
Cultural ()

- Deportiva ()
- Variada ()
- Noticias ()
- Otros ()

16. ¿Cree usted que los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga deben informar sobre la posibilidad de una erupción volcánica del Cotopaxi?

Si ()

No ()

Tal vez ()

17. ¿Cómo le gustaría participar en un medio nativo digital?

- Interactuando ()
- Redes sociales ()
- Internet ()
- Otro ()

Gracias por su colaboración



Anexo No. 2



Preguntas a Profesionales de los medios nativos digitales

Objetivo: Conocer el criterio de los Profesionales de los medios nativos digitales de la ciudad de Latacunga sobre la narrativa transmedia y los medios nativos digitales.

Instrucciones: Lea la pregunta y escoja una de las alternativas.

1. ¿Conoce usted sobre la narrativa transmedia?

Si ()

No ()

2. ¿Piensa usted que los medios digitales, deben implementar mejores técnicas como la narrativa transmedia, para proveer de una mejor información?

Si ()

No ()

A veces ()

3. ¿Cree usted que recibiría buena información con contenido cultural, a través de un video juego?

Si ()

No ()

A veces ()

4. ¿Cree usted que los medios digitales utilizan todos los recursos tecnológicos para emitir una mejor información?

Si ()

No ()

A veces ()

5. ¿Piensa usted que se debe implementar la narrativa transmedia en los medios nativos digitales de la ciudad?

Si ()

No ()

A veces ()

6. ¿Sabe usted que son los medios nativos digitales?

Si ()

No ()

7. ¿Piensa usted que un medio nativo digital es un instrumento periodístico?

Si ()

No ()

A veces ()

8. ¿Cree usted que el medio nativo digital es un elemento de apoyo informativo?

Si ()

No ()

A veces ()

9. ¿Se mejoraría la información del medio nativo digital con la participación ciudadana?

Si ()

No ()

A veces ()

10. ¿Cree que los medios nativos digitales contribuirían al desarrollo de la sociedad?

Si ()

No ()

A veces ()

11. ¿Piensa usted que existe un crecimiento del periodismo digital en la ciudad?

Si ()

No ()

Tal vez ()

Gracias por su colaboración