



Agosto 2019 - ISSN: 2254-7630

NARRATIVA PERIODÍSTICA DE LOS NOTICIEROS EN LOS MEDIOS MULTIPLATAFORMA

MSC. Jonny Alvarado Domínguez

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Docente de la Carrera de Periodismo
jalvarado@ulvr.edu.ec

Danny Gabriel Mejía Rada

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Egresado de la carrera de Periodismo
danny.mejia.2013@gmail.com

Jeniffer Del Rocío Torres Sánchez

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Egresada de la carrera de Periodismo
jeniffer_gata22@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jonny Alvarado Domínguez, Danny Gabriel Mejía Rada y Jeniffer Del Rocío Torres Sánchez (2019): "Narrativa periodística de los noticieros en los medios multiplataforma", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (agosto 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/08/narrativa-periodistica-noticieros.html>

Resumen

En estos últimos años el periodismo nacional ha evolucionado mediante la tecnología y la rapidez con la que estos medios digitales abren sus puertas a la web 2.0. Evento que ha promovido pasar de los medios tradicionales a los medios digitales a la velocidad de la luz, el periodismo televisivo en el Ecuador es una fuente muy importante de comunicación, debido a esto son muchos los canales que en la actualidad manejan otro tipo de plataformas como sitios web en donde se respalda toda la información, emisión televisiva de los noticieros, que lo colocan como un medio estratégico denominado clonación. La problemática se hace presente en los medios informativos y su adaptación a las nuevas plataformas digitales ya que se ven en la obligación que el contenido que se sea idóneo y de fuentes confiables para evitar desinformar. Con estos antecedentes se define que esta investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativa, de tal manera, que esta direccionado en dos puntos; el de las cualidades y cantidades en la cual es necesario que apliquen entrevistas y encuestas que permitan resolver las hipótesis de la problemática planteada sobre los acontecimientos informativos en los medios digitales que le permitan modificar la estructura actual para brindar mejores alternativas de comunicación. Este estudio tiene el objetivo primordial de brindar a la comunidad y a la sociedad en general, entender la forma de manejarse según los requerimientos del público y como a través de la narrativa en las multiplataforma y aplicaciones de social media, se puede brindar un contenido informativo más relevante y atractivo.

Palabras claves: Narrativa periodísticas, periodismo, formatos informativos, plataformas digitales.

Abstract

In recent years, national journalism has evolved through technology and the speed with which these digital media open their doors to web 2.0. Event that has promoted passing from traditional media to digital media at the speed of light, television journalism in Ecuador is a very important source of communication, due to this there are many channels that currently handle other types of platforms as websites where all the information is supported, television broadcast of the news, which place it as a strategic means called cloning. The problem is present in the news media and its adaptation to the new digital platforms as they are obliged to content that is appropriate and reliable sources to avoid misinformation. With this background it is defined that this research has a qualitative-quantitative approach, in such a way, that it is addressed in two points; the one of the qualities and quantities in which it is necessary that they apply interviews and surveys that allow to solve the hypotheses of the problematic one raised on the informative events in the digital means that allow him to modify the current structure to offer better alternatives of communication. This study has the primary objective of providing the community and society in general, understand how to manage according to the requirements of the public and how through the narrative in multiplatform and social media applications, can provide more informative content relevant and attractive.

Key words: Journalistic narrative, journalism, informative formats, digital platforms.

1. INTRODUCCIÓN

La evolución del periodismo digital ha sido tan prolongado y un poco complejo por las diferentes teorías que se manejan referente a los medios tradicionales, en caso de la televisión los noticieros son vistos a ciertos horarios por cientos de personas en el caso del periodismo digital este da apertura de ser visto a cualquier hora y en cualquier lugar por el nivel de expansión de los mismos, a pesar que en sus comienzo tuvo muchas dificultades hoy en día es una estrategia fundamental para comunicar debido a que cada vez son más las personas de todas las edades con acceso a internet.

La narrativa transmedia es el resultado de la evolución del medio, esta se construye con el objetivo de comunicar a través de instrumentos digitales en donde se adaptan los diferentes conceptos, la tendencia narrativa y de contenidos que nace con la tecnología en conjunto con las estrategias y profesionalismo empleado. Este tipo de conversión viene ligada con las audiencias, formando parte esencial ya que son ellos los que buscan entretenerse o informase por medio de los distintos dispositivos móviles por medio de todas las plataformas existentes hoy en día como Twitter y Facebook, whatsapp entre otras.

El enfoque de esta investigación es de tipo cuali-cuantitativo debido a que va a requerir analizar las cualidades o situaciones en base a los hechos presentados y describirlos, así como también se realizarán las respectivas mediciones acorde a las encuestas realizadas a la muestra seleccionado que mediante las diferentes técnicas permitirán resolver la problemática presentada en las narrativas periodísticas presentes en los noticieros nacionales.

Con los antecedentes mencionados se determina que el análisis investigativo sobre las narrativas multiplataforma de los diferentes medios televisivos tiene grandes ventajas respecto al uso de enlaces, interacción con el objetivo de obtener información al instante y les permitirá a los televidentes ser partícipe de los mismo mediante sus comentarios y opiniones sobre los noticieros televisivo al “amanecer” y “telediario” las cuales pueden ser vistas por medio de las redes sociales, YouTube, entre otros que pueden verlos en cualquier parte del mundo.

1.1 Contexto de la investigación

La narrativa se encarga de describir de forma oral o escrita algún evento, hecho verídico o irreal, con el objetico de motivar y distraer al público. La narrativa literaria es una rama de la literatura que utiliza el periodista para contar una historia basado en eventos determinados con diversos

participantes. Cuenta mediante un escrito una sucesión de eventos que estos relacionados con las relaciones sintácticas importantes que ocurren son de origen causal y temporal: un motivo llama a otro, por ende, se lo denomina fluir temporal. Desde esta perspectiva es común el uso de conjuntivas que explique las causas y consecuencias, adverbios y locuciones abreviadas del momento. Tiene la habilidad de juntar los sucesos haciendo común la coordinación copulativa. Respecto a la modalidad causal, es evidente el uso de cláusulas aseptivas. (Peña & Jover, 2017)

El periodismo es una profesión enfocada en recopilar, sintetizar, procesar y publicar información reciente. El periodista debe buscar información verídica en Fuentes confiables para ofrecer a los consumidores un trabajo de calidad. El periodismo va ligado directamente con la noticia, pero es posible que esta se derive en otras ramas como; la crónica, la entrevista, los reportajes entre otros, su función radica en informar con el objetivo de evaluar y explotar la percepción del público, se puede mencionar a los medios de comunicación como periódicos, tv, radio, internet que permiten llevar el periodismo a otro nivel como el digital, audiovisual y radiofónico. (Herrscher, 2016)

Las narrativas surgen de historias creadas, a diferencia del periodismo que se enfoca en la realidad y sus objetivos son claros, la imagen lingüística del periodismo debe ser responsable, no debe ser vista desde un punto ético, este debe ser muy profesional al momento de ser transmitido para brindar una información de calidad. La obligación del periodista consiste en transmitir información veraz, de analizar y evaluar para resolver cualquier hipótesis, mediante conjeturas, pronósticos, se deben aplicar diferentes técnicas según su categoría deberá aplicar el tipo de narración adecuada, esta es observada dentro del perfil actual.

Según Héctor Villarreal (2014) considera que:

El periodismo narrativo va tres meses después de que ha pasado algo, investiga ese tema y sus facetas de muchas otras maneras. Básicamente es la convicción de que las historias deben ser narradas, que no da lo mismo contar la historia de cualquier manera. La forma de un texto, el uso del lenguaje, el ritmo, el clima son tan importantes como la historia que se va a contar.

Los medios multiplataforma nacen con la revolución del internet como una nueva era tecnológica, ha revolucionado la forma de comunicar y trabajar. Corresponde a un medio auténtico que tiene disponible muchas oportunidades, en comparación informativa estos medios tienen mayor ventaja, ya que los medios tradicionales están dejando de ser poco utilizados para la nueva generación. Les permite a los usuarios ser más que un simple receptor y se integre brindando una opinión desde su punto de vista, en el cual exponga su comentario y sea libre de expresarse sus ideas, de tal manera, que al igual que un periodista o profesional del medio tiene la libertad y el derecho de expresarse.

Esto se originó como medio para relacionarse inmediatamente con el entorno dentro o fuera del área local, para que se reúnan de forma virtual en un mismo tiempo, incluso este medio sirve como apoyo en el aprendizaje, trabajo, estudios secundarios, para relacionarse entre sí de gran forma y diferente. Se muestra como un respaldo para el manejo informativo para evitar las limitaciones, eso se creía anteriormente. Los usuarios pueden encontrar información mediante figuras, texto según sus requerimientos, tienen el acceso a manejar esta información tanto a prolongarla como comentar acerca de la misma y aportar a la misma. (2014)

Los noticieros son un espacio en el cual se retrata la cultura, las tradiciones, las acciones y la ideología que posee una determinada sociedad. El común denominador de las personas consume este tipo de informativos en el transcurso de su vida, por lo cual es crucial el análisis que se realice sobre los contenidos que son transmitidos en estos espacios, de qué forma se producen y qué efecto tienen sobre las personas.

La comunicación de masas se ha empleado para el estudio del discurso utilizado por los medios de comunicación masiva, así como también para el análisis de la propaganda y la publicidad. Se utiliza primero para conocer la agenda de noticias, y posteriormente, para llevar a cabo encuestas hacia los públicos, con el objetivo de definir el impacto que tienen los medios, y el contenido promovido por estos, en el público. (Altet & Sel, 2016)

Desde la perspectiva virtual las redes sociales son bidireccionales. El uso de la interactividad con la que se manejan los sitios en línea ha asombrado a muchos, es un elemento muy importante en la rutina de la comunidad. El tipo de comunicación que se maneja es horizontal. Bajo esta perspectiva los usuarios se convierten en consumidores, productores, y en el manejo de contenidos, comportamiento que realizan al mismo momento, por lo se los llama prosumidores que mediante varios clicks no se convierten en periodistas, pero mediante la tecnología actual tienen acceso a el manejo de imágenes, videos a la creación de blogs en el cual pueden narrar historias o comunicar cualquier información a su criterio, solo se requiere de equipos como ordenador, cámara con buena resolución y un celular con buena tecnología.

La información es extensa e interesante. El manejo de las plataformas digitales les ha dado el poder a cualquier persona que ten acceso al manejo de información para publicar o crear contenido mediante hipertextos, por este motivo se lo identifica como meta medio que tiene la responsabilidad de democratizar la información a nivel general. (Morales, 2016)

Las aplicaciones de redes sociales representan una gran plataforma que entrega posibilidades de interacción inmediata entre los perfiles y sus públicos. Ante de este fenómeno, la comunicación era unidireccional y no había forma en que existiera un contacto mutuo entre el emisor y el receptor. La viralidad en la difusión es una de las principales características que tienen las redes sociales, respecto a la difusión de los contenidos. Un solo mensaje puede llegar a miles de personas de forma directa. (2014)

Facebook es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad esta nace en el 2004, pero es a finales del año 2014, esta red social ya contaba con más de 1300 millones de usuarios a nivel mundial. Según Lara & Arias (2017) indica que "Facebook provee a los medios la posibilidad de control editorial y les asegura a los usuarios contenido de calidad y verificados".

Instagram Es una aplicación social que se centra en la interacción de fotografías que realizan los usuarios, al compartir y comentar imágenes, esta fue creada en el 2010. Según Juanjo Ramos (2015) "Esta plataforma la podemos utilizar dentro de nuestra estrategia integral de Social Media para lanzar nuevos productos y promociones, obtener visibilidad, construir imagen de marca".

Twitter es una red social posibilita a los usuarios el envío de textos de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, que son conocidos como "tweets", que son mostrados en el perfil principal del usuario. Según Yuste & Cabrera (2015) considera que "Su gran versatilidad a la hora de compartir contenidos y de difundirlos con enorme virilidad ha cautivado a empresas e instituciones y, por supuesto, a medios y periodistas de todo el mundo".

En YouTube, los usuarios están facultados para generar interacción, comentarios, saludos, responder a encuestas y suscribirse a canales con contenidos de su interés, lo que en otras redes equivaldría a "seguir" Desde cualquier perspectiva, los videos que se han subido en este medio son participes en la mayoría de los eventos a nivel internacional en estos últimos tiempos. Con un enfoque global en cualquier lugar del mundo a cualquier hora.

El término transmedia en el quehacer del periodismo tiene varios calificativos o sinónimos con el que se le conoce en el terreno de los medios comunicativos, entre los que se puede mencionar a: multiplataforma, periodismo participativo, cross-media, web 2.0, etc. En los que de una u otra manera se plantean diversas visiones y se motiva a la toma de acciones.

Esto no representa nada nuevo, puesto que hace años atrás en la profesión se hablaba del término "convergencia", el periodismo transmedia simplemente sustituyo este entendimiento en el que la

noticia se enfoca en el relato y no en la plataforma o medios, en función de la narración necesaria en tiempos actuales. (2018)

Según Pilar Irala (2014) considera que:

La conceptualización de este fenómeno para el ámbito de la narración digital es relativamente reciente, así como los primeros estudios sobre la fórmula que fueron comenzadas por Henry Jenkins en 2003. Aunque inicialmente las investigaciones se centraron en la narrativa de ficción (cine y televisión), ya existen estudios que analizan su transferencia al periodismo y piezas de ámbito internacional creadas desde la postura multimediática y transnarrativa. (pág. 148)

Se ha establecido que las publicaciones en redes sociales no permiten acceder a todos los niveles sociales, su desarrollo se percibe de forma local, convirtiéndose en un medio social importante para la sociedad. En pocas palabras si en caso no se está activo con publicaciones tiende a desaparecer dentro del entorno, esta es un punto importante para alcanzar reconocimiento a través de estas plataformas. Según Juan Mora (2017) considera que. "Las nuevas culturas que nacen de las nuevas tecnologías, la encrucijada del periodismo, los paradigmas del management, las características de las organizaciones en forma de red".

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación está enfocada desde la perspectiva cuali-cuantitativa, de tal manera, que esta direccionado en dos puntos; el de las cualidades y cantidades en la cual es necesario que apliquen entrevistas y encuestas que permitan resolver las hipótesis de la problemática planteada sobre los acontecimientos informativos en los medios digitales que le permitan modificar la estructura actual para brindar mejores alternativas de comunicación.

2.1. Diseño de la investigación

El método deductivo que le permite al investigador tener de referente los diferentes acontecimientos sobre las narrativas transmedias periodísticas y como se han manejado en la actualidad y como lo perciben los ciudadanos de la ciudadela Guangala ubicado en la ciudad de Guayaquil. Y el método descriptivo que se lo utiliza para explicar desde cualquier perspectiva las incidencias de la narrativa periodista en los medios digitales sobre los noticieros transmitidos en horario de la mañana.

2.2. Técnicas de recolección de datos.

En este estudio las técnicas de recolección son; la entrevista que será realizada a periodistas del medio televisivo para conocer su opinión acerca del uso de las nuevas tecnologías y que falencias se ha detectado en el proceso con los medios digitales y las distintas plataformas aplicadas en los noticieros de la mañana mencionados. Y la encuesta, estas preguntas serán realizadas a los habitantes de la ciudadela Guangala ubicada en la ciudad de Guayaquil con la finalidad de conocer su perspectiva sobre las narrativas en los multiplataforma.

2.3. Población y muestra

La población establecida para esta investigación es de 603.848 habitantes de la ciudadela Guangala en la ciudad de Guayaquil en la cual se determinó por edades entre los 25 y 44 años y de categoría media y media baja, estos valores fueron establecidos como grupo objetivo porque son aquellos que ven las noticias por los medios tradicionales y actualmente digitales estableciendo un total de 74.671 personas según (INEC, 2019)

Tabla 1 Población

Población Guayaquil Urbano 2019		2.532.918
Población Parroquia Ximena	23,84%	603.848
Población 25-44 años	36,37%	219.619
NSE B, C+	34%	74.671
Total Población Estudio		74.671

La muestra consiste en establecer un valor específico mediante la medición de las variables de la población establecida anteriormente con la finalidad de tener información más específica del grupo objetivo, en este caso aquellas personas que ven por las mañanas noticieros por televisión y medios digitales el tipo de muestra a emplear es el muestreo probabilístico en el que refleja un margen de error de 0.05% que permite obtener datos con mayor exactitud que tuvo como resultado una muestra de 398 personas a evaluar.

3. Presentación de los datos

Tabla 2 Medio de información utilizado

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Televisión	87	22%
4	Radio	22	6%
3	Internet	149	37%
2	Subscripciones prensa física	64	16%
1	Subscripciones prensa digital	76	19%
TOTAL		398	100

Fuente: Ciudadela Guangala

Elaborado por: Mejía Rada, D. & Torres Sánchez, J (2019)

Tabla 3 Programa de noticias predilecto

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Televistazo al amanecer	125	32%
4	Telediario	57	14%
3	24 horas primera emisión	100	25%
2	Gama noticias	72	18%
1	Ecuador multicolor	44	11%
TOTAL		398	100

Fuente: Ciudadela Guangala

Elaborado por: Mejía Rada, D. & Torres Sánchez, J (2019)

Tabla 4 Aplicación más utilizada.

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Facebook	173	43%
3	Twitter	86	22%
2	YouTube	104	26%
1	Otras	35	9%
TOTAL		398	100

Fuente: Ciudadela Guangala

Elaborado por: Mejía Rada, D. & Torres Sánchez, J (2019)

Tabla 5 Importancia de nuevas plataformas

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Muy importante	136	34%
4	importante	115	29%
3	Regular	97	24%
2	Poco importante	28	7%
1	Nada importante	22	6%
TOTAL		398	100

Fuente: Ciudadela Guangala

Elaborado por: Mejía Rada, D. & Torres Sánchez, J (2019)

3.3 DISCUSIÓN

Análisis de las entrevistas

1. R. En la actualidad con los recursos tecnológicos que existen resulta más simple la búsqueda de información, en internet se puede ver sobre muchas cosas pero el periodista es quien debe verificar la fuente de la misma, estas plataformas facilitan el trabajo ya que son muchas las denuncias, comentarios, imágenes, videos que son un gran material de apoyo dentro del mundo periodístico.

2. R. La evolución digital exige que los medios periodísticos estén al día con las redes sociales, la mayoría de los noticieros nacionales ya las manejan y tienen a personas especializadas a cargo de las mismas, por lo tanto, se transmiten las noticias para aquellas personas que no tuvieron la oportunidad de visualizarla por televisión y lo hacen por medio de estos canales de comunicación.

3. R. La evolución se ha manifestado en gran magnitud ya que se puede hacer noticia a cualquier hora y en cualquier lugar con la facilidad de los celulares tablets que la mayoría de las personas posee, en la mayoría de las ocasiones el público se convierte en reporteros, que, mediante comentarios, fotos entre otras cosas que facilitan a través de los medios digitales obtener información.

4. R. El uso de las redes sociales se ha convertido en habito para las personas en su diario vivir las comúnmente utilizadas son twitter, Facebook, Instragram entre otros, esta información sirve como soporte de los noticieros que se transmiten por la mañana, e incluso permite informarse de otros acontecimientos, este procedimiento multiplataforma se ha venido manejando ya tiempo atrás, pero en el país se encuentra en todo su apogeo y conforme la tecnología avanza se obtiene mayor alcance.

5. R. Como en todo medio, es normal que se maneje narrativas diferentes, pero todos los noticieros o programación televisiva lo que desea es captar la atención de los usuarios así que se ven en la obligación de reducir en lo más mínimo u reportaje o noticia dejando las partes esenciales de la misma y con un titular llamativo acorde a lo que se presenta sobre todo que la información transmitida sea verificada y controlada por quienes la manejan.

6. R. El contenido que se maneja en las redes sociales son editados por profesionales y se muestran diferente a los noticieros por televisión, estos deben ser más preciso y claros debido a existen plataformas que tienen un límite de exposición como Instagram, y twitter en todo es preferible que la información sea directa para que esta sea captada inmediatamente.

7. R. Es necesario darle apertura al público ya que ellos son un elemento importante para el periodismo, ya que en la mayoría de los casos las noticias llegan gracias a ellos por sus posteos en redes sociales o etiquetas sobre sucesos que trascienden incluso tiende a ser virales, es indispensable que previo a subir cualquier contenido esta sea confiable. La audiencia siempre tendrá un comentario que de apoyo o aporte ante cualquier suceso.

8. R. Se emplean diversos tipos de estrategias con el objetivo de llamar la atención entre los cuales se encuentra la colocación de encabezados o temas enfocados en el problema, dentro de los noticieros existe el espacio en donde se comenta que pueden realizar denuncias o reclamos al whatsapp como en caso de tener alguna noticia inédita dan las redes sociales para que los puedan etiquetar o contactar por ese medio, es más, invitan al público a visitar sus redes en caso de que en algún momento el televidente no haya podido ver las noticias y se entere de las misma en los canales digitales.

9. R. En la actualidad las nuevas generaciones consideran muy común el uso de estas plataformas digitales ya que las usan para diferentes actividades, por lo tanto, los noticieros, así como las empresas han buscado este medio para no quedar en el olvido. Los periodistas tradicionales se ven en la búsqueda inmediata de los diversos medios digitales, ya que de esta manera se puede controlar al público e incluso manejar los contenidos de la forma que creen convenientes.

Resultados de las encuestas

La encuesta realizada a los habitantes de la ciudadela la Guangala determinó que observan las noticias por los medios tradicionales a pesar de esto en ciertas ocasiones no alcanzan a verlas por televisión o escuchar por radio y buscan alternativas para conocer sobre los últimos eventos fuera y dentro del país en su mayoría acceden al internet y youtube, en donde su búsqueda se enfoca en los reportajes realizados, la hora habitual de ver o escucharla las noticias es de 6.00 am -7.00 am ya que después de eso proceden a ir al trabajo o realizar los quehaceres domésticos, por otro lado, entre los programas más vistos se puede mencionar a Televistazo al amanecer y 24 horas primera emisión.

Según el estudio realizado de forma general demuestra que dentro de las plataformas más utilizadas está el Facebook, pero en el caso de las noticias las personas revisan la información mediante videos de YouTube o el grupo joven las revisa en twitter para mantenerse al día dentro del entorno político, social y farandulero del país.

Dentro de las plataformas mencionadas en twitter las personas buscan retroalimentación, en YouTube acceden a un historial de programación y en Facebook se percata cuál de los noticieros tiene mayor acogida o presentan mejor las noticias. De tal manera, que las plataformas tienen una buena aceptación ya que en la actualidad el mundo está cada vez más digitalizado facilitando a los usuarios acceder fácilmente a cualquier información, esto permite reconocer que las plataformas informativas hoy en día y son de gran utilidad para la comunidad y el manejo de los mismo es empleado de forma adecuada a pesar de estar en un periodo de adaptación a los medios digitales.

3.4. CONCLUSIONES

En la actualidad los noticieros tienen acceso a la hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y temporalidad; con cada una de estas herramientas pueden difundir con mayor rapidez cualquier información en las redes sociales, es necesario, que cada uno sean manejados con relatos diferentes, de tal manera que puedan captar la atención del público de forma inmediata, entre las funciones que cumplen está, el verificar exhaustivamente las fuentes para que sean comunicadas de forma oportuna.

En Ecuador existe una gran preocupación por lograr que los textos informativos se ajusten a sus contenidos y a los nuevos gustos de sus lectores, por ende existe gran preocupación por organizar y mantener un vínculo con el cliente ya que el perfil del público actual son participantes activos en las redes sociales como colaboradores o comentaristas de las mismas, por lo tanto, estas deben estar adaptadas a sus requerimientos adecuando los contenidos para lograr su aceptación y tengan mayor acogida.

Mediante este análisis se llegó a la conclusión basado en las hipótesis que las temáticas publicadas en los medios multiplataformas en el país son limitadas ya que no se aprovechan todas las herramientas digitales, y el sin fin de beneficios que se pueden obtener con las mismas, en estos últimos años se ve un notable acercamiento integrador en el área digital, pero existen renovaciones constantes que deben estar redirigidas a los objetivos planteados para poder crear contenidos de interés a la audiencia, y lograr así un periodismo participativo hasta lograr afinidad con sus emociones, en el trascurso investigativo se puede concluir que las narrativas transmedia provocan reacciones psicofisiológicas que motivan la participación activa del público.

Bibliografía

- Altet, A., & Sel, S. (2016). *Cine Educativo y científico en España, Argentina y Uruguay*. Madrid: Printed in Spain. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=IKgRDQAAQBAJ&pg=PA40&dq=Noticieros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj9_d7HtNLeAhXjguAKHUhICB0Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Noticiero&f=false
- Colussi, J., Gomes, F., & Rocha, M. (2018). *Convergencia e innovación en las nuevas redacciones*. Colombia: Lápis Blanco S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=GhtrDwAAQBAJ&pg=PT103&dq=Narrativa+period%C3%ADstica+en+los+medios+multiplataforma+con+social+media&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj-6pOF3tLeAhWDMd8KHQGdBI8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Narrativa%20period%C3%ADstica%20en%20los%20medios>
- Durango, A. (2014). *Las redes sociales*. IT Campus Academ. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=sORqCwAAQBAJ&pg=PT3&dq=redes+sociales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4ivaf59LeAhXIT98KHZ67BHMq6AEIJzAA#v=onepage&q=redes%20sociales&f=false>
- Franco, M., & Pellicer, M. (2014). *Optimismo para periodistas*. Madrid: UOC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=cDqCBAAAQBAJ&pg=PT84&dq=Medios+multiplataformas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwipp6nfudDeAhXjT98KHaf8AjwQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Medios%20multiplataformas&f=false>
- Herrscher, R. (2016). *Periodismo narrativo*. Chile: Ril EDITORIES. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Gv5Y7RpeNvEC&pg=PA284&dq=periodismo&hl=es>

INEC. (12 de 03 de 2019). *Ecuadorencifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Irala, P. (30 de 04 de 2014). *Nuevas narrativas en el periodismo actual*. Obtenido de [file:///C:/Users/AcerHD/Downloads/45224-71749-2-PB%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/AcerHD/Downloads/45224-71749-2-PB%20(4).pdf)

Lara, A., & Arias, F. (2017). *Mediamorfosis perspectiva sobre la innovacion informativa*. Española: Universidad Miguel Hernandez. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=AKo_DwAAQBAJ&pg=PA239&dq=facebook+periodistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVPGb7NLeAhVDSN8KHfuQCIIQ6AEILzAB#v=onepage&q=facebook%20periodistico&f=false

Mora, J. (2017). *Comunicacion institucional*. España: EUNSA. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=-1JJdWAAQBAJ&pg=PT24&dq=Las+redes+y+la+comunicaci%C3%B3n+institucional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwisioHzl9reAhWoo4MKHcuJCUCQ6AEIMjAC#v=onepage&q=Las%20redes%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n%20institucional&f=false>

Morales, E. (1 de 04 de 2016). *El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión*. Obtenido de <http://www.correspondenciasyanalisis.com/pdf/v6/pe/el-periodismo-televisivo.pdf>

Peña, B., & Jover, J. (2017). *Periodismo especializado*. Madrid: ACCL. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=1gYtDgAAQBAJ&pg=PA136&dq=narrativa+periodistica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZk7mGos7eAhWswFkKHdkIC5EQ6AEILTAB#v=onepage&q=narrativa%20periodistica&f=false>

Ramos, J. (2015). *Instagram para empresas*. Madrid: Printed un Spain. Obtenido de https://www.google.com/search?tbs=cdr:%3A1%2Ccdd_min:%3A2013%2Ccdd_max:%3A2018&tbm=bks&ei=gYvrW4utJ-exggfr-7iYBW&q=intagram+&oq=intagram+&gs_l=psy-ab.3...2948.2948.0.3145.1.1.0.0.0.0.0..0.0....0...1c.1.64.psy-ab..1.0.0....0.Cg4jXTB-i7w

Villarreal, H. (9 de 05 de 2014). *El periodista narrativo*. Obtenido de <https://revistarepublicante.com/el-periodista-narrativo/>

Yuste, B., & Cabrera, M. (2015). *Emprendedor en periodismo*. BARCELONA: UOC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Y8n2AwAAQBAJ&pg=PT33&dq=twitter+periodistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjh8K778dLeAhUGT98KHf2SCogQ6AEILDAB#v=onepage&q=twitter%20periodistico&f=false>