

nueva edición
actualizada

Periodismo Transmedia

Denis Renó
Jesús Flores

nueva edición actualizada

Periodismo Transmedia

Denis Renó
Jesús Flores



Ria Editorial - Comité Científico

Abel Suing (UTPL, Equador)
Alfredo Caminos (Universidade Nacional de Cordoba, Argentina)
Andrea Versutti (UnB, Brasil)
Angela Grossi de Carvalho (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Angelo Sottovia Aranha (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)
Antonio Francisco Magnoni (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Carlos Arcila (Universidade de Salamanca, Espanha)
Catalina Mier (UTPL, Equador)
Denis Porto Renó (Universidade de Aveiro, Portugal)
Diana Rivera (UTPL, Equador)
Fatima Martínez (Universidade do Rosário, Colômbia)
Fernando Ramos (Universidade de Aveiro, Portugal)
Fernando Gutierrez (ITESM, México)
Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina)
Gabriela Coronel (UTPL, Equador)
Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Brasil)
Hernán Yaguana (UTPL, Equador)
Jenny Yaguache (UTPL, Equador)
Jerónimo Rivera (Universidade La Sabana, Colombia)
Jesús Flores Vivar (Universidade Complutense de Madrid, Espanha)
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)
John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)
Joseph Straubhaar (Universidade do Texas – Austin, Estados Unidos)
Juliana Colussi (Universidade do Rosário, Colômbia)
Koldo Meso (Universidade do País Vasco, Espanha)
Lorenzo Vilches (Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha)
Lionel Bossi (Universidade do Chile, Chile)
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Maria Eugenia Porém (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Marcelo Martínez (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)
Mauro Ventura (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Octavio Islas (Universidade de Los Hemisferios, Equador)
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)
Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)
Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil)
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil)
Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo – USP, Brasil)
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, Brasil)
Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

Periodismo Transmedia. Denis Renó & Jesús Flores - nueva edición actualizada -
Aveiro: Ria Editorial, 2018.
106 p.

Livro digital, PDF.

Arquivo Digital: download e online
Modo de acesso: www.riaeditorial.com
ISBN 978-989-54155-2-6

1. Transmedia. 2. Periodismo. I. Renó, Denis. II. Flores, Jesús. III. Título

Ficha catalográfica: 03/08/2018

Copyright das imagens pertencem aos seus respectivos autores.

Director de la Colección y Editor del libro: Denis Renó

© Imagen de cubierta: Denis Renó
Maquetación: Luciana Renó

© Denis Renó e Jesús Flores



Licencia:

>: Atribución-No Comercial-Sin Obras Derivadas 4.0 Internacional

>: Usted es libre para:

- copiar, distribuir, exhibir, y ejecutar la obra

Bajo las siguientes condiciones:

- Asignación. Usted debe asignar la obra en la forma especificada por el autor o el licenciante.
- No Comercial. Usted no puede utilizar esta obra con fines comerciales.
- Sin Obras Derivadas. Usted no puede cambiar, transformar o crear sobre esta obra.

<https://creativecommons.org/licenses/?lang=pt>

ISBN 978-989-54155-2-6

<http://www.riaeditorial.com>

Todos los medios de comunicación son una re-construcción, un modelo de alguna capacidad biológica acelerada más allá de la capacidad humana de llevarla a cabo.

Marshall McLuhan

Cuando la tecnología hace posible la construcción de una aldea global, los medios reflejan el mundo de una manera superficial y fragmentaria... Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir y pensar).

Ryszard Kapuscinski

A mi esposa Luciana y a mis hijos Pedro, Julia y Melissa: los amores de mi vida. Todo lo que hice, hago y haré es por y para ustedes. También agradezco a FAPESP - Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo, ref. proceso 2016/09276-7.

DENIS Renó

A Cecilia y Oriana: por haberme permitido tomar prestado el tiempo dedicado a nuestra vida familiar para culminar otro de los retos asumidos.

JESÚS Flores

Índice

Introducción.....	10
Métodos de Investigación Aplicada.....	15
1 Sociedad Digital.....	20
2 Convergencia de Medios y Culturas.....	28
3 Conceptos de Reportajes.....	46
4 Periodismo Transmedia.....	53
5 Periodismo Transmedia es una Realidad.....	72
6 Laboratorios de Medios en la Construcción Transmediática.....	79
Consideraciones.....	84
Referencias Bibliografías.....	88
Anexos.....	94

Figuras

Figura 1. Site/Blog Brasil 501	37
Figura 2. Interface Scripting News (1997)	39
Figura 3. Interface Scripting News (2011).....	39
Figura 4. Universo Transmedia.....	43
Figura 5. Pirámide invertida (modelo tradicional).....	47
Figura 6. Pirámide “deitada” (modelo João Canavilhas).....	48
Figura 7. Diseño original del blog	59
Figura 8. Diseño actual del blog	59
Figura 9. Publicación por Nokia Navigator	61
Figura 10. Difusión de noticias vía Facebook	62
Figura 11. Difusión de noticias vía Twitter.....	62
Figura 12. Timeline Reel Director	63
Figura 13. Flujo grama para reportajes transmedia	64
Figura 14. Noticia comentada en el blog	67
Figura 15. Difusión de noticia vía Twitter	68
Figura 16. Encuadres <i>travelling tracking in</i>	70
Figura 17. Elige perfil del jugador	75
Figura 18. Nudos neurales con la cuestión	76
Figura 19. Infografía sobre el alto costo de comer fuera de casa	76
Figura 20. Video con entrevista y debate.....	77

Periodismo Transmedia

Introducción

El campo de la Comunicación, incluido el Periodismo, sufre innumerables alteraciones desde el surgimiento de la tecnología digital y sus consecuentes evoluciones. Internet, la telefonía celular (o móvil) y los recursos digitales han provocado en la sociedad y en el ejercicio profesional del sector, distintas singularidades que contemplan una característica fundamental y postmoderna, definida como una sociedad líquida e individual (Bauman, 2001).

A través de los dispositivos móviles, la producción de noticias gana fuerza y se torna más accesible, ya que, además de captar las imágenes, algunos equipos de telefonía móvil, también ofrecen al periodista la posibilidad de publicar sus noticias en tiempo real y en ambientes de distribución accesibles por Internet, con especial atención a la blogosfera, en concordancia con los planteamientos de Dan Gillmor (2005) y Henry Jenkins (2009). Este último que dedica un gran apartado de su obra, *Convergence Culture*, a la narrativa transmedia, en donde la característica más expresiva de estos medios es la movilidad, argumentada de forma innovadora por Marc Augé (2007).

La comunicación, en espacios para difusión de contenidos, ha ganado un nuevo apoyo desde la web 2.0, especialmente, con los blogs y plataformas de video como YouTube gracias a la creación de canales comunicacionales particulares, aunque también abiertos al público en general. A partir de esta arquitectura comunicacional es posible que una persona o grupo pueda tener su propio canal de comunicación, con diseño específico y una oferta de contenido de acuerdo con sus intereses y realidades.

Este nuevo espacio también ha cambiado el modo en que los visitantes acceden (como usuarios/participantes) al presentar la posibilidad de intervenir en las discusiones de los contenidos, lo que trae como resultado la interactividad. A través de estos modelos, hay participación generada por el interés de los grupos involucrados, quienes acaban por reconducir las discusiones o debates.

Otra posibilidad con este nuevo aporte tecnológico ha sido la exhibición o creación de canales audiovisuales personales, institucionales o por grupos en la red, que permitieran crear sus espacios y exhibir sus contenidos sin coste alguno, es decir, sin tener que crear un espacio virtual con su propia tecnología. Una de estas posibilidades está en YouTube, donde es posible crear un canal de exhibición sin coste y relacionar los videos a los blogs, es decir, los grupos pueden crear un mensaje hipermedia, con narrativa horizontal y con la posibilidad de generar interactividad, así como ofertar la construcción de la programación del contenido para usuarios, en concordancia con las ideas de Vilches (2003) sobre la “nueva televisión” y la migración digital, en donde las personas quieren crear sus propios contenidos o programaciones.

La blogosfera se ha constituido en la línea de una nueva realidad para los contenidos comunicacionales. Sin duda, los espacios virtuales abiertos por la blogosfera y la red de comunicadores

ofrecen una mayor difusión de estos contenidos, así como el punto de vista de los productores. Además, ahora hay un coautor de las producciones, es decir, el lector/usuario, quien no sólo lee lo que ha sido producido, sino, también, comenta y distribuye a sus pares por las redes sociales, especialmente, a través de Twitter.

Pero, esto solo es posible gracias a la Web 2.0, que presenta una característica fundamental y que consiste en una mayor condición de interactividad y participación en la elaboración y distribución de contenidos por internet. Dichos contenidos son producidos por la sociedad, que se organiza en redes de acuerdo con sus intereses compartidos (Castells, 1999).

Estas redes, por su parte, son creadas de acuerdo con los deseos de los usuarios involucrados, quienes desarrollan y crean contenidos utilizando las tecnologías digitales, por lo que se abre un camino de participación directa de estos en los procesos de producción. Es una característica de la sociedad postmoderna, que ahora quiere una participación en los procesos comunicacionales. Una evolución más de Internet que ha provocado un cambio en la definición social (Cambra, 2007).

Entre todos los lenguajes disponibles para la Web 2.0, la que tiene el más fuerte alcance entre los usuarios, pues presenta una mayor proximidad con la realidad (por ofrecer imagen en movimiento junto con sonido y efectos presentes en las comunicaciones naturales), es el lenguaje audiovisual. Ahora, con la Web 2.0, un contenido audiovisual es capaz de provocar la repercusión de un acontecimiento por sí mismo, lo que amplía la participación de la sociedad en este proceso de producción, antaño hecho solo por periodistas y reporteros. Además los espacios han sido ampliados, lo que ha generado una democracia de la información, evidentemente, para los que disponen del acceso a las redes digitales.

Entre los nuevos espacios, merecen destacar los sitios de blogs y redes sociales, como Facebook e incluso el microblog Twitter, que poseen todos estos entornos una pertinente difusión y ofrecen numerosos recursos comunicacionales para su utilización. Estos espacios, denominados por Augé (2007) como no-locales, son un espacio de encuentro de los grupos sociales, cada vez más frecuentes, que crean contenidos de narrativa transmedia.

Dan Gillmor (2005) define la sociedad contemporánea cuando sus miembros poseen una dirección web (URL) en la blogosfera, en la misma forma como lo tiene cualquier medio de comunicación. A partir de la posibilidad de construir un espacio virtual en la blogosfera, el usuario deja de ser receptor y pasa a ser emisor activo, y el lector, por su parte, asume el papel de colaborador, o coautor del contenido (Renó, 2011). Así, el lector también es productor de los *media*.

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

Una reflexión sobre el Periodismo Transmedia es que viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje. Por tanto, se adoptan recursos audiovisuales, interactivos y de movilidad y su difusión a partir de distintos medios, como los blogs y las redes sociales.

El diferencial que marca el Periodismo Transmedia es que con esta narrativa podemos aprovechar las posibilidades de comunicación presentes en la sociedad postmoderna, donde la movilidad y la liquidez de estructuras, es decir, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación con el objetivo de involucrar y atraer el receptor para la interpretación participativa del mensaje.

Esta teoría viene a complementar el concepto de narrativa transmedia, difundido ampliamente por Jenkins (2009), reflexionado por Scolari (2008) y, actualmente, adoptada en distintas líneas de investigación. Por tanto, es fundamental imaginar un guión de noticia desarrollado a partir de un texto base para una lectura proyectada con la ayuda de un Flujograma Algorítmico Circular Rizomático (Renó, 2011) de acuerdo con los conceptos de rizoma defendido por Deleuze. En esta estructura, es posible y viable la relación entre todos los fragmentos comunicacionales (video, foto, link, texto) presentes en la estructura hipertexto partiendo de la base del texto. De esta forma, la navegabilidad es ofrecida para el lector como coautor de la construcción narrativa.

Pero la esencia de la narrativa transmedia esta en el campo de los reportajes, por su riqueza de contenidos y de construcción narrativa, así como, en el tiempo de producción de este género, que posibilita una mejor arquitectura textual. Por todo esto, surge la necesidad de estudiar cómo es posible crear, a partir de un método, la construcción de reportajes apoyados en la narrativa transmedia. De ahí que es importante conocer la práctica del reportaje demostrando los fascinantes resultados a estudiantes de Comunicación en general o el Periodismo en particular, hecho fundamental para el desarrollo de este estudio. Lo mismo pasa con el concepto de intertextualidad, que en el campo de la lingüística se posiciona con una casi incomparable riqueza narrativa ya que la intertextualidad es la base de la narrativa transmedia.

Este tipo de desarrollo transmediático obliga a trabajar con diferentes aplicaciones tecnológicas, por lo que un espacio virtual o físico que ayuden a crear estos procesos viene dado por los laboratorios de medios interactivos y multimedia, englobados en el término medialabs.

El objetivo de este estudio ha sido analizar, descubrir y evaluar el papel de la blogosfera y de las nuevas tecnologías digitales sobre la producción y la publicación de noticias (con la agilidad y movilidad ofrecidas), además de su lenguaje de narrativa transmediática. Para ello, se ha creado un blog, como plataforma y espacio de experimentación de producción, publicación y circulación de noticias con estructura transmediática, realizados a través de un teléfono celular (o móvil). El equipo escogido, después de probar diversos modelos fue el iPhone 3GS, con aplicaciones específicas para la producción de contenido audiovisual, edición de imágenes y publicación en la blogosfera y las redes sociales. A partir de este estudio, ha sido viable sopesar las posibilidades de producción periodística desde los teléfonos móviles (o celulares) para Internet, detectando las actuales limitaciones. Entre las posibilidades más aceptadas, fueron utilizados lenguajes hipermediáticos (Landow, 2009) a partir de la creación y edición de videos y fotos hechos por el teléfono. También en las redes sociales, el proceso de publicación y circulación de contenidos para este entorno fue realizado desde el teléfono móvil.

El texto a seguir, así como los conceptos de interactividad presentados en el experimento, puede ser leído de acuerdo con el deseo del lector. El contenido es fragmentado e independiente. La relación entre los capítulos es rizomática, es decir, no hay un orden de lectura entre ellos. Los únicos espacios que tienen su ordenación definida son la introducción y las consideraciones. Los otros

capítulos no tienen una predefinición de orden. Esto proporciona al lector una mayor libertad en el proceso cognitivo.

Asimismo, existe un orden ideal para la lectura de la obra. Aun que no sea fundamental, fue definido como base estructural para el diseño, el desarrollo y construcción del conocimiento. Su orden sigue la presentación del sumario, incluso por numeración secuencial. Así, el lector puede leer el contenido de la forma que quiera.

En el capítulo inicial, se dan a conocer los parámetros metodológicos y fundamentales para definir y comprender el método de trabajo en este estudio. Además, en este capítulo presentamos conceptos adoptados por la investigación, ya que no existe la verdad absoluta en la Ciencia. Presentamos, igualmente, las observaciones adoptadas en el campo teórico y conceptual. Esta parte es fundamental para conocer las acciones del estudio, aunque el lector puede saltar esta parte al final de la lectura, ya que no hay una secuencia cronológica en el texto.

El capítulo 1, denominado Sociedad Digital, presenta una reflexión histórica y conceptual sobre el desarrollo de la comunicación desde el marco fundamental – del invento de la imprenta por Johannes Gutenberg - hasta nuestros días, pasando, necesariamente, por las revoluciones conceptuales presentadas por Marshall McLuhan. Este es un capítulo esencialmente teórico que ofrece al lector y al trabajo una base sólida y actualizada sobre el mundo en que vivimos, y que se refiere a la comunicación.

En el capítulo 2, Convergencia de Medios y Cultura, se dan a conocer algunas reflexiones y conceptos teóricos, además de prácticos, sobre lo que viene a ser la convergencia. También, presentamos conceptos sobre hipertexto, hipermedia e interactividad. Estos conceptos son fundamentales para comprender este trabajo, pero también para comprender las formas comunicacionales adoptadas actualmente por la sociedad.

Así mismo, en este capítulo, se dan a conocer conceptos sobre nuevos caminos y espacios comunicacionales a partir de definiciones sobre transmediación y de poshipertextualidad. Este último, analizado por Carlos Scolari (2009). Son análisis importantes, pues posibilitan una mejor comprensión sobre los nuevos procesos comunicacionales, ya que, a partir de ellos, el lenguaje de la comunicación vive nuevos momentos y nuevas realidades.

En el capítulo 3, hacemos un aporte fundamental para este estudio, que concentra teorías y características del periodismo. Este capítulo, titulado Conceptos de reportaje, está desarrollado casi como un reportaje, género del periodismo considerado por algunos, como el formato rico y completo del hacer periodístico. Para el trabajo, sirve, además, como un apoyo estructural en el campo del Periodismo, pues es el primer momento del texto donde se empieza a debatir y analizar efectivamente la práctica de la profesión.

En el cuarto capítulo, Periodismo transmedia, se analiza y reflexiona sobre la propuesta del estudio. A partir de una descripción analítica del experimento, se proponen las formas de producción de contenido periodístico transmediático. Es el capítulo más denso del estudio, aunque no sea el más importante, ya que todos los capítulos abordados hacen parte de una construcción transmediática de conocimiento. La diferencia con los otros es que presenta el contenido principal del estudio que son los resultados prácticos. Pero, al igual que los otros capítulos, es posible leer su contenido por separado, incluso, sirviendo como una especie de manual de prácticas profesionales.

El quinto y último capítulo, titulado Laboratorios de medios en la construcción mediática, trata sobre la importancia de los laboratorios de medios interactivos (conocidos genéricamente como medialabs) en donde se construyen y se hacen pruebas de validación de las diferentes representaciones visuales, hipertextuales e hipermediales, utilizando las diferentes tecnologías y recursos que se comentan en los capítulos anteriores, y cuyo objetivo es ir consolidando la epistemología, mediante la investigación aplicada, de la emergente comunicación transmediática.

Todos los capítulos se complementan con el último apartado que a manera de epílogo, hemos titulado Consideraciones, las mismas que no son concluyentes, puesto que el tema está en pleno y efectivo proceso evolutivo.

Procuramos, con este guión de contenidos, ofrecer al final la posibilidad de proponer una forma de producción periodística innovadora, pero fundamental para la práctica de la profesión, a partir de un análisis actual y con los aportes teóricos necesarios para su demostración. Esperamos que este nuevo estudio, revisado con el apoyo de la FAPESP - Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo, ref. proceso 2016/09276-7, ayude a comprender este lenguaje transmediático para el Periodismo, y que ello tenga cada vez más consolidación en la difusión de noticias a partir de un modelo participativo, democrático y libre. Esperamos, también, que a partir de futuros experimentos sea posible, proponer otras formas narrativas que traspasen la frontera de la narrativa transmedia, y que además se pueda contemplar otros géneros del Periodismo con la puesta en práctica de esta fascinante actividad y, fundamentalmente, por su papel en el desarrollo de la sociedad, cada vez más participativa, activa y menos pasiva a las imposiciones mediáticas.

Métodos de Investigación Aplicada

Esta investigación es de carácter exploratorio, que fija como antecedente una investigación anterior desarrollada en el doctorado de Denis Renó y, posteriormente, en la época de su investigación postdoctoral revisada y ampliada por Jesús Flores. Es una investigación constituida por muchos métodos y procedimientos de trabajo, entre ellos, la investigación bibliográfica. Conocer el aporte de los teóricos y expertos del tema, ha sido fundamental para preparar la investigación de forma sólida y con seguridad.

El método bibliográfico, según Stumpf (2006, p. 51), “es el planteamiento global inicial de cualquier trabajo de investigación que sigue desde la identificación y obtención de la bibliografía pertinente sobre el tema, hasta la presentación de un texto sistematizado (...)”. Con relación a la importancia y al momento en que la investigación bibliográfica puede ocurrir en el desarrollo de una investigación, la autora complementa:

En un sentido específico, es un conjunto de procedimientos que busca identificar informaciones bibliográficas, seleccionar los documentos pertinentes al tema estudiado y proceder a la respectiva anotación o archivo de las referencias y de los datos de los documentos para que sean posteriormente utilizados en la redacción de un trabajo académico. Algunas veces, se trata de la única técnica utilizada en la elaboración de un trabajo académico, como en la presentación de un trabajo final de una asignatura, pero puede también ser la etapa fundamental y primera de una investigación que utiliza datos empíricos, cuando su producto recibe la denominación de Referencial Teórico, Revisión de Literatura y similar. (Stumpf, 2006, p. 51)

Esta fase de la investigación, desarrollada durante una primera etapa, ha sido fundamental para la conceptualización del tema, así como la comprensión de técnicas y teorías o la obtención de seguridad para desarrollar el experimento correspondiente para sustentar estos estudios. Esto constituye una aplicación real de la comprensión y reformulación de conceptos y teorías presentadas por otros investigadores, así como teorías defendidas en la tesis de doctorado de Denis Renó, donde se fija el antecedente.

Otro procedimiento metodológico que hace parte del estudio es el casi-experimental. En este caso, la investigación no puede ser manipulada por el investigador, que solo observa. Por la observación, la lógica fue aplicada gracias al entorno de investigación y a los procesos de selección y análisis de datos posteriores. Según Robert Yin (2002, pp. 27-28):

De nuevo, los métodos se sobreponen. La amplia variedad de ciencias experimentales también incluyen las situaciones en que el experimentador no puede manipular el comportamiento (...), pero en los cuales la lógica del planteamiento experimental aún no puede ser aplicada. Estas situaciones fueron comúnmente denominadas situaciones casi-experimentales.

La búsqueda de informaciones relacionadas con la historia de las herramientas de comunicación y los conceptos de producción de narrativas transmedia justifican la utilización de este método. Simultáneamente, se han debatido conceptos sobre interactividad, reportaje periodístico, interfaz, hipertexto e hipermedia, términos fundamentales para comprender los parámetros de esta investigación.

Posteriormente, se ha desarrollado un análisis cualitativo de las participaciones en las publicaciones de las noticias en el blog, con circulación en Facebook y Twitter. A partir del análisis, podemos comprender, con ayuda de los datos presentados, la fuerza de las redes sociales y, además, su capacidad de circulación de información.

El tipo de muestra definida ha sido intencional o de selección racional, pues fue evaluada con el grupo de participantes del blog y de las redes sociales apoyadas a la teoría propuesta por el estudio, independientemente de que ellos hagan una reconstrucción de una representatividad universal. Este método es justificado por Richardson (2007, p. 161) para quien “los elementos que forman la muestra relacionan intencionalmente de acuerdo con ciertas características establecidas en el plan y en las hipótesis formuladas por el investigador”. La definición de este grupo de participación también es justificada por Richardson (2007, p. 160) como una “popularización formada por los elementos que se puede obtener”, es decir, participantes de las redes sociales involucradas en el estudio y que tuvieran interés en participar de alguna forma. Incluso sirviendo como una especie de manual para practicas profesionales. De acuerdo con el autor (Richardson, 2007, p. 174), “se disse que un instrumento es valido cuando mide lo que se desea”.

Otro instrumento metodológico de este estudio es definido como investigación participativa, que ganó fuerza en el ámbito académico entre 1980 y 1990 y utilizada, actualmente, por su aceptación entre los investigadores, específicamente, en el campo de las ciencias humanas. Entre las características de la participación del investigador en el proceso, según Cicilia Peruzzo (2006, pp. 133-134), se destaca que “el investigador se inserte en el grupo investigado, participando de sus actividades, es decir, ello acompaña y vive (con más o menos intensidad) la situación concreta que abriga el objeto de su investigación”. En este estudio, la participación ha sido directa, ya que todo lo experimentado pasó en las redes sociales de Denis Renó, como usuario, quien ha tenido que participar todo el tiempo de los comentarios y procesos participativos de los interesados en el estudio. Peruzzo (2006, p. 126) matiza, sobre el proceso de investigación participante:

- a) La presencia constante del observador en el ambiente para que en ello pueda “mirar las cosas desde dentro”;
- b) El investigador comparte de modo consistente y sistematizado las actividades del grupo o del contexto que está siendo estudiado, es decir, se involucra en las actividades, además de compartir “intereses y casos”.

Estos conceptos de Peruzzo fundamentan y justifican la selección por estas modalidades, pues la relación entre la investigación participativa y la cualitativa es complementaria y coherente. Según la autora:

Una luz nace de las posibilidades explicitadas por la investigación cualitativa, pues, entre sus metodologías, ofrece la investigación participante. En esta perspectiva, encuentran respaldo dialéctico (o del materialismo histórico dialéctico en las corrientes de izquierda), que posibilita la captación del fenómeno en todas sus dimensiones constitutivas, desde su historia y dinamicidad hasta las múltiples determinaciones provenientes de cualquier fenómeno.

Peruzzo (2006, p. 131), también define que la investigación participante posee en especial tres finalidades que existen en este estudio. De acuerdo con la autora, a través de la investigación participante es posible observar fenómenos importantes, pero poco expresivos en el campo de la investigación. La autora considera que la investigación participante es apropiada para desarrollar estudios de recepción de contenidos de medios fuera del padrón vigente. Pero, resalta que los resultados deben retornar a los participantes del experimento, es decir, debemos hacer un feedback (retroalimentación). De ahí que es nuestra pretensión que este estudio pueda estar disponible en la red, para que los interesados, incluidos los participantes, puedan conocer la investigación completa.

Para el estudio, se ha creado el blog Red Periodista (inicialmente, denominado *Jornalismo de Bolso* – en portugués, dado el origen lingüístico de uno de los autores del libro) (<http://www.re-dperiodista.blogspot.com>, recuperado en 09 de septiembre de 2011). En el blog, fueron producidos reportajes con estructura transmedia a partir de un guión de lectura del modelo Flujograma Algorítmico Circular Rizomático (Renó, 2011), totalmente a partir de un teléfono celular modelo iPhone 3GS o, en una etapa del estudio, un equipo Nokia 6710 Navigator. El modelo Nokia no fue versátil para el trabajo de reportajes, pues no tenía como enviar contenidos directamente al blog y también limitaba la producción de contenidos a textos y fotos, mientras el iPhone tenía como hacer todo en el mismo aparato, por sus aplicativos existentes. Para la edición de video, fue adoptada la aplicación Reel Director, así como el aplicativo Adobe PhotoShop Express. Para el envío de contenidos al blog (construido en plataforma Blogger), así como para Facebook, Twitter y YouTube, fue adoptado el aplicativo WordPress, que también permitía el envío de videos, fotos, textos a otros blogs, además del blog del estudio. Entre tanto, para modelos más nuevos del iPhone es posible utilizar la aplicación iMovie, conocido para equipos personales y profesionales desarrollados por Apple. También, al final del estudio, la propia plataforma Blogger tomó la iniciativa de crear una aplicación específica para subir contenidos a sus blogs, pero con calidad inferior a WordPress.

Para todo esto, también fueron definidos significados de los términos relacionados con el tema. Las definiciones fueron fundamentales para el desarrollo del estudio, así como la defensa de puntos de vista o comprensión de los mismos, ya que el tema es nuevo y poco debatido. Además, las definiciones también sirvieron para proponer y ayudar en el aporte de las estrategias de estudio que fueron adoptadas o para dejar algunas de ellas y empezar a trabajar con otras.

Entre las definiciones, está el concepto fundamental sobre reportaje. Existen numerosos conceptos de reportaje, que lo presentan como el género más completo para hacer periodismo. Para algunos teóricos el reportaje es un texto noticioso que presenta, incluso, opinión (Yanes, 2004). Para otros, reportaje es un género que presenta características provenientes del periodista en cuestión (Lage, 2001). Para este estudio, se ha adoptado como definición de reportaje la propuesta por el periodista argentino Halperín (2008), para quien “reportaje es el arte de presentar la otra cara de la luna”. Es lo que queremos hacer a partir de un lenguaje transmedia.

Sobre transmediación, hemos adoptado para este estudio el concepto propuesto por Jenkins (2009). Aunque no sea el padre de la transmediación como definición metodológica, ya que ésta fue obra de Kinder¹ (1991), Jenkins es capaz de definir de la forma más sencilla lo que viene a ser un proceso de transmediación. Adoptamos uno de sus enfoques, que define transmediación como:

Historias que se desarrollan en múltiples plataformas mediáticas, cada una de ellas contribuyendo de forma distinta para nuestra comprensión del universo: un abordaje más integrado del desarrollo de una franquicia que los modelos basados en textos originales y productos accesorios. (Jenkins, 2009, p. 384)

Pero, para comprender lo que viene a ser transmediación, es necesario comprender y/o definir la definición de redes sociales. Aunque el tema se ha discutido intensamente en el tiempo de desarrollo y producción de este estudio, la forma clásica, e incluso, adoptada para el estudio proviene de Manuel Castells, quien ya intentaba definir los primeros acordes del tema en 1999. Según el autor:

Redes son estructuras abiertas, capaces de expandir de forma ilimitada, integrando nuevos nudos desde que consigan comunicarse dentro de la red, es decir, desde que compartan los mismos códigos de comunicación (por ejemplo, valores u objetivos de desempeño). (Castells, 1999, p. 566).

Otro concepto fundamental que tiene que ver con el tema de redes sociales es sobre la movilidad. Por tanto, trabajamos con el concepto presentado por Augé (2007), que reflexiona sobre una sociedad que vive a partir de estructuras móviles y en espacios no-locales, es decir, por locales inexistentes, mientras posibiliten la sensación de existencia. Es lo que conocemos como real-virtual.

También, se ha escogido como fundamental el concepto de participación, compartido entre dos autores: Gillmor (2005) y Bauman (2001). Gillmor define que la participación es una característica estructural de la comunicación contemporánea, pues “nosotros somos los media”. Complementando lo que dice Gillmor, pero, años antes, Bauman define que la sociedad líquida es marcada por la participación en los procesos (ya no más sólidos) definidos, aunque con procesos interactivos que, según Renó (2011), son procesos donde todos los participantes tienen la capacidad de definir los caminos futuros a partir de sus decisiones y experiencias personales.

Por ello, en este estudio, adoptamos el concepto de convergencia analizado y presentado por Henry Jenkins que, independientemente de ser un simple punto de vista, creemos que es apropiado para el estudio. Según Jenkins (2009, pp. 29-30):

Convergencia es una palabra que consigue definir transformaciones tecnológicas, mercantilistas, culturales y sociales, dependiendo de quién está hablando y de lo que están hablando. (...) La convergencia no ocurre por medio de aparatos, debe darse dentro del cerebro de consumidores individuales y en sus interacciones sociales con otros.

Sobre la utilización de las narrativas transmedia por la sociedad, adoptamos el concepto de *groundswell*. Para Li y Bernoff (2009, p. 10), este es el fenómeno en que la sociedad utiliza medios al-

¹ Marsha Kinder propuso la definición intertextualidad transmedia para comprender este lenguaje que mezclaba distintos discursos mediáticos para una construcción cognitiva al final.

ternativos o no-convencionales para obtener informaciones. De acuerdo con los autores, *groundswell* es “una tendencia social en la cual las personas usan la tecnología para obtener lo que desean unos de los otros y no con instituciones tradicionales como las corporaciones”.

A partir de las definiciones expuestas, se ha trazado el desarrollo del presente estudio. Con la metodología propuesta y en función de los resultados alcanzados, se ha desarrollado el texto, a modo de manual, sobre como producir reportajes transmedia, desde su forma de reproducción hasta sus estrategias de distribución de los contenidos, y que describimos en los siguientes apartados.

1 Sociedad Digital

La sociedad ha tenido demasiados cambios desde la invención de la imprenta de Johannes Gutenberg. Pero, nunca antes ha cambiado con tanta velocidad y pertinencia como después del desarrollo de las tecnologías digitales, especialmente con la llegada de la web 2.0. Se trata de un cambio social, y no sólo tecnológico, es decir, la sociedad ha cambiado y eso ha provocado, al mismo tiempo, cambios tecnológicos. Además, ha cambiado el proceso narrativo y comunicacional que cada día gana un nuevo aporte al lenguaje.

Este capítulo presenta una discusión teórica sobre la sociedad desde Gutenberg hasta los tiempos actuales, pasando por Marshal McLuhan, reconocido teórico por su capacidad de comprender y mirar la sociedad adelantado a su tiempo. No es una discusión histórica, aunque puede parecerlo, pero nos servimos de este proceso ya que la idea es analizar estos momentos comunicacionales, principalmente, la relación entre emisor y receptor, además de la estructura comunicacional, especialmente, en el punto de la existencia de la intertextualidad. Este apartado es fundamental para comprender el escenario de la mediación e hipermediación. También, son temas fundamentales para comprender el concepto de transmediación.

1.1 De Gutenberg a McLuhan

Los procesos comunicacionales existen desde que el hombre empezó a dejar de ser un animal como los otros. Sus primeros registros comunicacionales están en las pinturas rupestres, cuando los hombres de estos tiempos dejaban registros dentro de ambientes cerrados, en piedras, para que sus futuros descendientes tuvieran información sobre algo, ya sea una fiesta o algún evento natural. Era una forma “masiva” de comunicación, no como los que tenemos en los medios convencionales actuales, sino que dejaba la oralidad de lado y empezaba a proponer algo de registro comunicacional.

Pero, estos procesos, mientras fueran “masivos”, tenían algo de especial: para construir un proceso comunicacional era necesario solamente voluntad, contenido para transmitir y, claro, alguna habilidad. No había monopolio comunicacional. Si alguien tenía ganas de comunicarse, podría hacerlo sin problema. Además, los procesos rupestres fueron intertextuales, y transmedia, ya que tenían informaciones distintas en plataformas mediáticas variadas y no sólo en las piedras.

Y la comunicación fue así, hasta que Gutenberg creó la imprenta - y con ella, la expansión posterior del concepto de prensa- un equipo hecho para producción en serie de contenidos comunicacionales o artísticos. Hasta este momento, la sociedad desconocía la lectura, ya que existían pocas obras para leer. Las disponibles eran hechas por el método del manuscrito. Si no hay que leer, no hay

porque aprender a leer, por lo que la sociedad seguía sin esta información

Sin embargo, con la llegada de la prensa, la literatura empezó a crecer, a ganar fuerza. Los libros comenzaron a ser producidos en serie, creando, así, los primeros contactos con lo que sería en el futuro la comunicación de masas, es decir, procesos comunicacionales realizados a partir de uno para muchos. Un proceso que, de alguna forma, es monopolista y con fuerza para manipular en estos mismos procesos, cambiando, en primer lugar, lo que sería de interés de los dominantes. Este proceso existió con una fuerza casi única hasta la llegada de la web 2.0 en los primeros años de este siglo XXI.

Volviendo a la prensa, Gutenberg fue uno de los responsables de la revolución comunicacional más intensa que la humanidad ha atravesado. A partir de su invento, los procesos comunicacionales pasaron a ser masivos, es decir, una única expresión para muchos receptores. El libro, en sus orígenes cuando fue escrito (en un único proceso), empezaba a ser leído por muchas personas. Aunque, antes del invento de la imprenta, este proceso también se dio a través de las obras manuscritas, pero con menor frecuencia (Briggs & Burke, 2004). Las obras manuscritas tenían un precio muy alto y estaban disponibles para una pequeña parte de la sociedad de la época. Además, las personas, en general, no sabían leer.

Con la imprenta y la comunicación masiva, la sociedad pasó a vivir una realidad que imperó por muchos siglos: la de un emisor “propietario” del conocimiento (o la información) y una sociedad apta a recibir estas informaciones, durante casi cuatro siglos, en forma de texto y dibujos informativos. Pero la sociedad quería más, por lo que los inventos presentaron otras oportunidades con nuevos procesos de comunicación.

Una importante oferta comunicacional que llegó con el tiempo fue la fotografía. A partir de ella, aventureros de la información gráfica presentaban exposiciones de fotografía documental (Odin, 1984), reproduciendo experiencias de sus viajes dentro de un espacio físico fotografías en conjunto con artefactos y objetos del local. A partir de estas imágenes, surge la intertextualidad. Según Kristeva (1988, p. 362), “la imagen (o la fotografía) sola es un enunciado; dispuesta con otras produce una narración”.

Era una forma de expresión a partir de una intertextualidad narrativa y semejantes a como fueron las pinturas rupestres. Es decir, el emisor para sus receptores, más o menos masivo, pero, al final, el público estaba conformado por personas interesadas en recibir la información común, al tiempo que tenían contacto directamente con la obra y, frecuentemente, con sus autores (Briggs & Burke, 2004). Y después de esta fase comunicacional, llega el cine, junto a sus imágenes en movimiento.

La llegada del cine fue un expresivo proceso revolucionario en la comunicación de la época, pues ofrecía una realidad de imágenes que la sociedad jamás había conocido. Era la fotografía en movimiento, a partir de una reflexión iluminada o iluminista. Fue el tiempo de las luces, y así como el tiempo cambia, la sociedad comunicacional cambió sus criterios (Briggs & Burke, 2004), aunque con un lenguaje más cerca de las artes escénicas (y dejando la intertextualidad para segundo plano). Junto con ellos, un refuerzo para los procesos de comunicación masiva que la sociedad presenciaba, incluso, sobre la fuerza de la multiplicación de registros comunicacionales a partir de una única matriz para un creciente número de receptores. Una película tenía la capacidad de hablar con un inimaginable número de personas al final de un ciclo de exhibición. Tan sólo era necesario, transportar las matrices de cine para los cines y sus grandes pantallas.

Ocurre que esto no sería suficiente para las necesidades comunicacionales de la sociedad, en constante crecimiento (como diversas otras necesidades de la sociedad, como un grupo de personas siempre insatisfecho y en búsqueda de nuevos descubrimientos). En el Siglo XIX, llegó el telégrafo, que presentó una nueva sociedad, interconectada por cables que transmitían informaciones codificadas no por letras y números, sino por un lenguaje binario construidas por pulsos electromagnéticos. La combinación de una secuencia de pulsos y sin pulsos (0 y 1) formaban letras y números, como hoy lo conocemos. Según Briggs y Burke (2004) esto fue un importante avance en las tecnologías comunicacionales, lo que cambió, incluso, las formas de transmitir la información de la época.

Junto con el telégrafo, llegaron las primeras señales de lo que iba a ser ofrecido a la sociedad como un nuevo invento: la radio. Inicialmente conocido como *Wireless Telegraph and Signal Company*, el dispositivo desarrollado por el italiano Guglielmo Marconi, a partir de los descubrimientos de Hertz y Maxwell (Briggs & Burke, 2004, p. 190) cambió aún más, las formas comunicacionales, ofreciendo una nueva forma de transmisión de datos cada vez más masivo: la multiplicación de la voz a partir de ondas sonoras. Además, fue una expresiva forma de comunicación virtual. Las personas conocían las voces, pero de forma virtual, como después pasó a ocurrir con la televisión.

Sobre televisión, la caja mágica (que exhibía imágenes de cine dentro de una caja en la casa de la persona) llega a la sociedad de forma popular en la mitad del siglo XX (Straubhaar & Larose, 2004, p. 93), inicialmente, ofreciendo un lenguaje como el del cine, pero seguidamente, empezó a crear su propio lenguaje. Fue la gran fuerza de la comunicación masiva que despertó en investigadores de diversas áreas (por ejemplo, como las ciencias, la matemática) el interés en estudiar los efectos de la comunicación a partir de este dispositivo tecnológico, que llegaba a los hogares de la sociedad de la época. Una muestra de este interés se da con el matemático Claude Shannon quién presentó la Teoría de la Matemática de la Comunicación (Briggs & Burke, 2004). Otros teóricos como Norbert Wiener y Marshall McLuhan presentaron también sus inquietudes. Sobre las tecnologías empleadas a la comunicación de la época y respecto al surgimiento de la televisión. Wiener (1956, p. 33) declara que “son máquinas para realizar alguna tarea o tarea específica”. McLuhan también se impresiona con los efectos proporcionados por la televisión y hace una redefinición de las relaciones humanas con los medios. Para ello:

Hay un principio básico por lo cual se puede distinguir un medio caliente, como la radio, de uno frío, como el teléfono, o un medio caliente, como el cine, de un medio frío, como la televisión. Un medio caliente es aquel que prolonga uno sólo de nuestros sentidos y en alta definición. Alta definición si refiere a un estado de alta saturación de datos (...). La voz es un medio frío de baja definición, porque es poco fortalecido y con mucha imaginación debe ser completada por el receptor. Por otro lado, los medios calientes no dejan mucha imaginación a ser completada por la audiencia. (McLuhan, 2005, p. 39).

Además, para Marshall McLuhan (2005), la televisión concretizaba lo que académicos fundamentalistas de la comunicación o, relacionados a esta área, buscaban de forma incansable: una tecnología que proporcionase una mejor distribución de datos e informaciones a partir de un único emisor, como defendía la teoría de Claude Shannon. Para McLuhan, a partir de la televisión nace la verdadera aldea global.

Aunque McLuhan creía que la aldea global era lo más importante, lo que tiene de muy expre-

sivo en la televisión es la intertextualidad de su contenido. Superior al cine y la radio, la televisión trabaja con un nivel de intertextualidad que ofrece al telespectador una variedad de lenguajes que hace que el medio sea una mezcla de lo nuevo y lo viejo del espacio comunicacional. Una riqueza de intertextos que vuelve a la capacidad presentada por las fotografías documentales, pero con imágenes en movimiento. La televisión, casi después de su llegada, empezó a ofrecer a su público una mezcla de contenidos constituida por video, sonido ambiente, música, escenario, encuadre, texto, voces en off y, además, luces que juntos hacían que el receptor tuviera una cantidad muy intensa de mensajes. Esto ocurrió porque el tiempo en la televisión, desde sus inicios, ha tenido un coste muy alto, por lo que era necesario aprovechar todos los segundos ofrecidos.

Después de la televisión, la sociedad ha acompañado otra revolución de la comunicación: Internet. Con la red, hemos conocido otros lenguajes y, por consiguiente, otra sociedad. Esto ha pasado en etapas distintas, pero en cada una de ellas, se ha desarrollado una nueva revolución.

Desde sus inicios, internet ha ganado el status de verdadera aldea global (Negroponte, 1995). Muchos términos fueron propuestos, desde el ciberespacio y cibercultura (Levy, 1999) hasta hipermedia (Landow, 1995) en una primera etapa de la World Wide Web. De acuerdo con Vilches (2003, p. 17):

La migración digital dice, en primer lugar, respecto a sujetos interconectados que llegan a la nueva frontera de la comunicación y de lo real. Esta nueva frontera, que algunos denominan ciberespacio, es un nuevo espacio de pensamientos y de experiencias humanas, formado por la co-habitación de los antiguos y de nuevas formas de hiperrealidades.

Además, junto con estos conceptos, el concepto de hipermedia, en conjunto con la idea de cibercultura ofrecían contenidos intertextuales en todo momento. De acuerdo con George Landow (1995: 15), el término hipermedia “extiende la noción de texto hipertextual al incluir la información visual, sonora, animación y otras formas de información”. En realidad, la intertextualidad es una de las características más intensas de internet, pues el espacio reúne contenidos en distintos formatos desde su primera etapa, popularmente conocida por los usuarios como Web 1.0. Todos estos descubrimientos han sido utilizados con beneplácito por los que hacían los desarrollos del espacio.

1.2 Nuevos retos: web 2.0

Pero, con la llegada de la web 2.0, todo lo que existía pasó a ser optimizado, y además, algunas estructuras ganaron otras exigencias para su existencia. Entre ellos, el concepto de interactividad, analizado por Vilches (2003, p. 229), antes limitado a una navegabilidad por links, o la posibilidad de visitar sitios distintos en internet. De acuerdo con el autor, “la interactividad no es un medio de comunicación, pero si es una función dentro de un proceso de intercambio entre dos entidades humanas o máquinas”. Y complementa: “la interactividad es el pasaje de la mediación para la creación. Los usuarios dejan de ser objetos de manipulación para convertirse en sujetos que manipulan”. (Vilches, 2003, p. 234)

A partir de la Web 2.0 pasó a valorarse la interfaz, es decir, el entorno donde se ofrecen los

contenidos navegables. Lo que antes seguía una interfaz próxima ofrecida por los medios tradicionales, pasó a ser estudiado con más determinación y a ser planificado de forma más consciente por los productores de contenido para los medios digitales. De acuerdo con Manovich (2005, p. 113):

En términos semiológicos, la interfaz del computador actúa como un código que transporta mensajes culturales en una diversidad de soportes. Cuando utilizamos internet, a todo lo que accedemos – texto, música, espacios navegables – pasa a través de la interfaz del navegador y luego, a su vez, por la del sistema operativo.

Con las ideas de Manovich, percibimos que la distribución de los distintos contenidos intertextuales son fundamentales para la navegabilidad. La oferta de los contenidos es definida por la interfaz, que expone u oculta esos contenidos, puede comprometer la narrativa propuesta.

Este nuevo espacio ganó otra característica aún más importante que la interactividad (no es que esta no sea importante, pero ya existía en la Web 1.0., con menos intensidad) que se traduce en la posibilidad de cambiar el status de receptor usuario para receptor/emisor, es decir, a partir de la Web 2.0, el receptor podría crear sus espacios virtuales y, a partir de las redes sociales (Castells, 1999), cambiar la forma de circulación del contenido. Además, la intertextualidad gana fuerza a partir de la Web 2.0., con el desarrollo de otros conceptos importantes, como la reformulación del concepto de intertextualidad transmedia en el campo de la comunicación propuesto por Kinder (1991) incluso, antes de la apertura de internet para la sociedad. A partir de investigaciones desarrolladas por Jenkins (2009) y estudiados por Scolari (2008), la narrativa transmedia, conocida también por su nombre original, en inglés, *storytelling*, o por transmedialidad, es una intensa mezcla de hipermediación propuesta por George Landow con el concepto de intertextualidad defendido por Bakhtin (1997, p. 331):

Así, por detrás de todo texto, se encuentra el sistema de lengua; en el texto, corresponde a ello todo cuanto es repetitivo y reproducible, todo cuanto pueda existir fuera del texto. Pero, al mismo tiempo, cada texto (en su calidad de enunciado) es individual, único y no reproducible, siendo en esto que reside su sentido (su designio, aquello para lo cual fue creado). Es con esto que remite a la verdad, a lo verídico, a lo bueno, a la belleza, a la historia. En relación a esta función, todo lo que es repetitivo y reproducible corresponde a la orden del medio, de lo material.

Bakhtin propone ahí un texto fuera del texto, como propone la narrativa transmedia, es decir, una ampliación de la narrativa fuera de la narrativa. Es una colectividad de narrativas para construir una narrativa final. Esto es lo que ocurre con la intertextualidad, donde existen muchos “textos” para formar un texto más completo. Para esto, se hace una “navegación hipermediática”, muchas veces por links imaginarios.

Pero, con todo esto, la Web 2.0 gana una característica cada día más importante: la movilidad. Aunque sea dependiente de dispositivos tecnológicos (equipos conectados y/o teléfonos móviles o celulares y *tablets*), no tiene mucho que ver con esta dependencia un tanto tecnocéntrica. Realmente, esto tiene que ver con un posible lenguaje a partir de una base de datos (Manovich, 2005; Machado, 2006). Con el desarrollo de la Web 2.0, lo que antes podría ser hecho en sitios profesionales, pasó a quedar disponible para la sociedad, incluso en la construcción de espacios virtuales y su alimentación.

Podemos pensar, aún en la Web 2.0, como el momento de internet participativa, colaborativa,

que se origina del concepto Wiki, donde todos son dueños del contenido y los participantes pueden cambiar (el contenido) cuando no están de acuerdo. Creado por Cunningham y Leuf (2001), el concepto se refiere a la colaboración voluntaria para la producción de contenido abierto en internet. En este punto, hay buenos ejemplos de periodismo colaborativo, como el sitio brasileño Overmundo (<http://www.overmundo.com.br>, recuperado en 19 setembro de 2011), que tiene su contenido producido, editado y aprobado por los lectores ó por el sitio español Kaosenlared (<http://www.kaosenlared.net>, recuperado en 19 de septiembre de 2011), que tiene también la participación del público para producir y editar los contenidos en línea. Los dos tienen en común un moderador, necesario para garantizar la calidad mínima de contenido y moderar y controlar los actos de falta de ciudadanía y respeto que pueden llegar a ocurrir.

Finalmente, la Web 2.0 llega a la fase de contar con la participación de la sociedad para la construcción de contenidos informativos que se produce con la consolidación de la blogosfera, tal y como ya definiera Gillmor, (2005) en el libro “nosotros, somos los medios” (*We, the media*). El autor afirma que la sociedad contemporánea necesita tener un espacio de difusión para informaciones y que todo esto se puede crear en la blogosfera. A partir de la posibilidad de elaborar un espacio virtual en la blogosfera, el usuario deja de ser receptor y cambia hacia un status, la llegada del microblog Twitter y de las redes sociales con mayor alcance, incluso, con espacios para video, el ciudadano común pasó a tener fuerza para definir lo que era y lo que no era importante en los espacios mediáticos. Además, el ciudadano asumió, junto con los canales convencionales, el papel de *gatekeeper*², para definir lo que sería o no contenido para la *agenda setting*³. Todo esto sucede por la fuerza de la circulación de contenidos a partir de las redes, esencialmente, entre los grupos sociales formados por estos sitios. De ahí que, el lector, por su parte, asume el papel de colaborador o coautor del contenido (Renó, 2011).

Esto significa que es posible definir algunas coordenadas y crear un *gatekeeper* digital. De hecho, es lo que hace Google en la actualidad. De acuerdo con Shoemaker, Vos y Reese (2009, pp. 74-75):

La información de gestión de la empresa Google adopta algoritmos *gatekeeping*-conjuntos de fórmula que traduce las políticas de la empresa en instrucciones para el computador seleccionar noticias para los lectores de la página de noticias [Web news.google.com](http://www.google.com/news). Selecciones de Google News son presentadas como noticias corrientes a sus muchos lectores, y puede parecer que los porteros humanos no tienen autonomía. Entre tanto, los algoritmos son el producto de muchas decisiones a partir del nivel de gestión para los programadores.

Los medios buscan una forma de defender su autonomía y con las herramientas que proponen la Web 2.0 esto es posible. De otro modo, no hay como mantener la supremacía. Es posible mantener el poder, pero no en todos los sitios. De acuerdo con ideas de Gillmor (2005), *gatekeeper* es el ciudadano y no el dueño del poder mediático.

² *Gatekeeper* es un concepto periodístico que define la persona responsable por definir lo que es y lo que no es noticia y por consiguiente, define lo que debe y no debe ser publicado. No es una función, pero sí es un status profesional dentro de una redacción (Traquina, 2001). El concepto fue creado por Kim Lewin

³ *Agenda setting* es una definición figurativa de una relación de contenidos interesantes para la sociedad. Es una agenda general, global, donde están los contenidos “aprobados” por el *gatekeeper*. (Traquina, 2001)

1.3. La generación multimedia

Vivimos en una sociedad líquida, sin estructuras definidas. Entre nosotros crece un deseo de participación, de intervención y a través de los usuarios circulan contenidos de distintas fuentes, algunos alterados por la sociedad, otros, como estaban desde el principio. Pero dentro de tantas características, una se mantiene, independientemente de la alteración de tantos cambios de lenguaje, sociales y tecnológicos: la multimedialidad. De acuerdo con Negroponte (1995, p. 33), “la combinación de sonido, imagen e información se llama multimedia; aunque suene complicado, sólo se trata de la mezcla de bits”. En este contexto, a partir de lo afirmado por Negroponte, podemos imaginar una relación entre multimedialidad e intertextualidad.

Una sociedad multimedia es, como define el nombre, un grupo de ciudadanos que tiene en sus manos una diversidad de medios. Esta diversidad es aprovechada por ellos, por ejemplo, para el campo de la comunicación, tanto interpersonal como entre persona y una empresa, una institución o una máquina. También es una característica de una sociedad multimedia la posibilidad de escoger entre un medio y otro para utilizarlo según su conveniencia.

Pero esto no es todo. Una sociedad multimedia tiene características atípicas, como la capacidad de utilizar distintos medios, al mismo tiempo. Es decir, sabe comunicar de forma intertextual, incluso en la producción de contenidos distintos (frecuentemente en tiempo real) de lenguajes específicos y para medios diversificados (Morduchowicz, 2008; Renó, 2006). Esto nos hace comprender los motivos que definen la narrativa transmedia como fundamental para obtener un buen resultado en la contemporaneidad. Además, junto con la narrativa transmedia, está consolidado en la sociedad el concepto de movilidad, que tiene mucho que ver con los conceptos de sociedad líquida, definidos por Bauman (2001).

La sociedad multimedia se relaciona a través de las redes sociales o espacio sociales creados en la web. Estos grupos sociales buscan contenidos a partir de la web y no por canales convencionales, como por ejemplo, la televisión. De acuerdo con Vilches (2003), la sociedad busca construir en sus computadores sus parrillas de programaciones. Esto ocurre a partir de sitios como YouTube (<http://www.youtube.com>, recuperado en 22 de septiembre de 2011) y Vimeo (<http://www.vimeo.com>, recuperado en 22 de septiembre de 2011), donde las personas pueden mirar, subir y circular contenidos audiovisuales, todo lo cual aporta otra característica a la sociedad multimedia: la libertad.

Además, no son audiencias pasivas y tampoco homogéneas (Morduchowicz, 2008). Son audiencias participativas, reconstructoras de contenidos a partir de los contenidos y enlaces ofrecidos. Son coautoras (Renó, 2011), interactuantes (Manovich, 2005). Es un grupo de personas que nace y pone en entredicho el concepto *cybernetic*, que, de acuerdo con Scolari (2008, p. 74) proviene del griego *Kybernetes* (el arte de gobernar una nave). En concordancia con el autor, este espacio no es gobernable. Es polifónico, como la sociedad multimedia.

Los multimedia adoptan con frecuencia el *groundswell*, es decir, buscan soluciones por sí mismos. De acuerdo con Li y Bernoff (2009, p. 10), *groundswell* es definido como “una tendencia social en la cual las personas usan la tecnología para obtener lo que desean unas de las otras, y no con instituciones tradicionales como las corporaciones”. Esto ocurre en las redes sociales, en los blogs,

en ambientes Wiki y por correo electrónico, en donde los usuarios interactúan con sus compañeros y amigos en la red. Es la libertad comunicacional a partir de redes.

Groundswell no nace por nada. Esto viene provocado por tres fuerzas: personas, tecnología y aspectos financieros (Li & Bernoff, 2009, pp. 18-19). Y es por interés del usuario que ello es utilizado. La sociedad multimedia adopta los espacios 2.0 para obtener resultados personales y también financieros, pues, en muchas situaciones provoca en su red social reclamos sobre problemas de orden comercial, como por ejemplo, un servicio cuestionable hecho por una operadora de telefonía móvil o el retraso de un vuelo. Es un espacio no sólo para relaciones personales, sino también para obtener beneficios de orden económico. Además, estos no existen por la benevolencia de las compañías de desarrollo tecnológico. Existen y son mantenidos por intereses económicos de estas compañías, pues la utilización del espacio por el usuario significa tráfico y, en la web, tráfico significa lucro, beneficio.

Pero, aunque al mismo tiempo, la sociedad vive inmersa en la tecnología y sus ventajas, no es una sociedad tecnocéntrica. Los ciudadanos viven la tecnología de forma natural. Los jóvenes de la sociedad multimedia nacieron en el mundo binario y no sienten sus características como participantes de sus vidas. Los trazos son binarios y hacen parte de su vida. Son seres intertextuales. Conviven, al mismo tiempo, con distintos “textos”, con una naturalidad que no existe para los que pertenecen a otras generaciones. Estos son factores para la búsqueda constante de producir contenidos intertextuales en los medios de comunicación. Hoy en día los usuarios empiezan a utilizar los medios, y estarán al frente de los usuarios del ayer. Ellos ya crean sus contenidos y si los medios tradicionales no buscan soluciones, viviremos, en breve, un caos comunicacional.

2 Convergencia de Medios y Culturas

Antes de empezar a debatir sobre convergencia, debemos proponer una reflexión sobre el conocimiento que tenemos de ella. Junto a esta reflexión, surgen algunas interrogantes provocadas por investigadores como Jenkins (2009), Landow (2010) o Scolari (2008). De acuerdo con ellos, sobre todo, Jenkins, hay dos tipos fundamentales de convergencia: tecnológica y cultural. Landow actualiza sus datos sobre hipertexto, después de 10 años de su primer gran aporte. Scolari, por su parte, hace algunas observaciones como el surgimiento de una nueva teoría de la comunicación, a partir de una nueva sociedad y nuevos medios.

Además, los cambios son pertinentes a una sociedad líquida, como justifica Bauman (2001), y existen también un trasvase de lo analógico a lo digital, con sus propias interfaces, como se desprende de las reflexiones dadas por Manovich (2005) y Vilches (2003).

En este capítulo, analizamos las arquitecturas comunicacionales disponibles hoy. Al final de este apartado, presentamos una reflexión sobre el tema.

2.1. Ambientes híper

Un ambiente híper es un espacio expandido. En el campo de la *eCommunication*, definido por José Luis Orihuela (2004) y defendido por Carlos Scolari (2008: 76), es digitalmente expandido (La Ferla, 2007; Renó, 2011) y construido a partir de enlaces “inteligentes” aunque la inteligencia esta en los mismos autores del guión narrativo de estos espacios.

El mundo mediático vive cambios por el surgimiento de los espacios híper. Se ha cambiado la forma de producir contenido: quien produce el contenido; porque se produce el contenido y para quien se produce. Con esta investigación, se contempla un nuevo escenario, de hecho, porque hay una necesidad mercantil, comercial y no sólo narrativa. Como indica Scolari (2008, p. 104):

La evolución tecnológica nos demuestra una vez más que las descodificaciones aberrantes y las sobre interpretaciones en el uso son parte constitutiva de las relaciones dentro de un ecosistema mediático. La convergencia, soñada como un proceso económico-semiótico de fusión de empresas y lenguajes, termina generando efectos colaterales en los lugares menos pensados, por ejemplo, dentro de las redacciones periodísticas o en el consumo cooperativo de bienes culturales reproducidos digitalmente.

Scolari, en su libro *Hipermediaciones*, propone un nuevo enfoque sobre los conceptos ya conocidos de las teorías de la comunicación, pues, para ello, los cambios tecnológicos no llegan solamente en lo estructural de los medios, sino también y asertivamente, en los procesos, en los

lenguajes y en las relaciones entre el emisor y los receptores. El autor defiende un nuevo escenario comunicacional sobre este concepto, en donde la comunicación masiva dejó de existir y ahora existe la comunicación más democrática, muchos a muchos, donde todos nosotros podemos ser medios, como defiende Gillmor (2005), presentando un cuadro (Tabla 1) comparativo sobre el tema (Scolari, 2008, p. 79):

Tabla 1
Viejos medios frente a nuevos medios

Comunicación de masas (viejos medios)	Comunicación digital interactiva (nuevos medios)
Tecnología analógica	Tecnología digital
Difusión (uno-a-muchos)	Reticularidad (muchos-a-muchos)
Secuencialidad	Hipertextualidad
Monomedialidad	Multimedialidad
Pasividad	Interactividad

De esta forma, lo digital se expande hasta llegar a las redacciones. Pero, surgen algunas preguntas: ¿Cómo están los procesos de producción de contenido periodístico para los medios digitalmente expandidos? ¿Están preparadas las redacciones para experimentar y/o practicar estos nuevos procesos de producción? Lo que percibimos es una distancia defensiva, aunque el escenario de las redacciones esté cambiando ante los nuevos formatos. Existen profesionales más cerca de esta realidad que vienen creciendo, pero el ideal sería un crecimiento y un desarrollo más cerca de las redacciones, y no como ocurre actualmente, sólo en la academia (escuelas y Facultades de Comunicación). Como comenta Scolari (2008), la Historia siempre ha presenciado la llegada de un nuevo medio y la absorción de los antiguos por el nuevo, y no su desaparición. Pero las redacciones no son un medio. Representan un entorno para hacer o crear noticias, aunque no es la única. Imaginamos que si las redacciones no empezaron a absorber de forma expresiva las tendencias sociales, la sociedad podría tomar el puesto de ellas y empezarán a producir contenidos por su cuenta, como, en cierta forma, ya ocurre.

En coincidencia con Scolari (2008), los espacios mediáticos viven otra realidad: una convergencia, representada por tres tecnologías (teléfono, televisión y computador). Las tres, juntas, ocupan cada día más el mismo espacio. Ahora existe la televisión en internet, a través de sitios diseñados a partir de conceptos de redes sociales, como YouTube y Vimeo. Al mismo tiempo se dispone del computador dentro del teléfono celular (móvil), como ha pasado con los smartphones. Y, la televisión, está dentro de los teléfonos celulares. Es decir, todo en un equipo pequeño, portátil y en constante conexión: la movilidad (Augé, 2007; Flores, 2011).

Los ambientes híper tienen algunas características. En este estudio, la observación se centra en el lenguaje. Entre las características que construyen el lenguaje en ambientes híper están el hipertexto, el hipermedia y la interactividad. En los siguientes apartados, analizaremos cada uno de ellos.

2.1.1 Hipertexto

Un conjunto de caminos que posibilitan una navegabilidad. Una gama de nodos neuronales. Una estructura de lectura horizontal. Textos entrelazados en un laberinto de posibilidades. Una construcción textual con lectura expandida. Estos son algunas de las posibilidades para comprender lo que viene a ser el hipertexto.

Desde hace mucho tiempo, el hipertexto fue nombrado por Theodor Nelson (Aarshet, 2006, p. 95). Pero el origen de la estructura hipertextual data de 1704 (Santaella, 2007, p. 302) y adoptada con intensidad en el siglo XIX, cuando el matemático F. Klein utilizó el concepto para representar un campo de la geometría que tenía espacios multidimensionales.

Definimos hipertexto como un ambiente de lectura no lineal que ofrece al usuario la posibilidad de crear sus caminos de arquitectura de lectura. Aarshet (2005, p. 95) define el hipertexto como una “herramienta para la mente”, donde se desarrolla la estructura deseada de acuerdo con sus opciones cognitivas. Lo mismo ocurre con el hipermedia, un ambiente hipertextual que reúne una diversidad de informaciones multimediatas (foto, audio, video, animación, infográfico, etc.) además del texto, proporcionando al receptor/usuario la posibilidad de escoger sus propios caminos narrativos. Tanto el hipertexto como el hipermedia son procesos interactivos, pues proporcionan al usuario la posibilidad de escoger sus caminos para obtener sus nuevas experiencias de acuerdo con sus necesidades de información. Esto es lo que se conoce como ambientes líquidos, fluidos, participativos, autónomos (Bauman, 2001; Santaella, 2007).

De acuerdo con Picos y González (2006, p. 21), el hipertexto, con relación a los conceptos barthesianos, puede ser definido como un entorno que “describe de manera no restrictiva, no lineal ni monológico, el funcionamiento de los textos que se tiene dado, con más o menos frecuencia, tanto en la cultura manuscrita como en la impresa”.

Los ambientes hipertextuales no solamente comunican e informan, sino que proporcionan al usuario acciones interactivas de carácter lúdico. En estos ambientes, el laberinto de informaciones de Leão (1999), son la esencia de la arquitectura de la información de la *eCommunication*, propuesta por Orihuela. La investigadora Lucia Leão propone vencer el laberinto y el desafío lúdico provocado en los receptores/usuarios. El secreto es definir una salida coherente y significativa por lo que el mejor camino es buscar, descubrir, inventar, y llegar al final, lo que constituye todo un premio. Pero es un premio particular, para el usuario que alcanzará comprender el significado cognitivo del camino y que no necesariamente es significativo o relevante para otras personas.

Landow (2009) define como características fundamentales del hipertexto, la topología, la multilinealidad, la reticularidad y la manipulación. Todo esto se encuentra en los ambientes híper interactivos que proporcionan los mecanismos, tales como internet y teléfonos celulares. Son ambientes contemporáneos.

Entre las características presentadas por Landow, destaca la topología, que posibilita al hipertexto una comprensión del significado, independiente de los caminos de lectura. Es necesario que el receptor/usuario tenga la posibilidad de leer una parte y a obtener la comprensión mínima del contenido. Cada fragmento es independiente de los otros, aunque tenga una relación con ellos.

La multilinealidad tiene que ver con la topología, pero el receptor/usuario puede escoger entre continuar leyendo o cambiar de texto. En los dos casos, los procedimientos serán correctos. A través de los links, es posible la navegabilidad entre los contenidos fragmentados, pero dentro del hiperespacio (nombre del ambiente donde están las estructuras hipertextuales). Esto hace que el hipertexto tenga como característica fundamental una posible lectura sin comienzo, medio y final. Es la libertad de lectura proporcionada al lector, que puede empezar y puede concluir donde se quiere e incluso cambiar para otros textos. Pero la reticularidad también ofrece esta posibilidad de “mirar” el contenido a través de caminos distintos. De ahí que podemos definir la narrativa hipertextual como el modo libre de lectura, donde la forma es decidida por el receptor/usuario. Un ambiente donde el receptor/usuario tiene el control y la libertad. De acuerdo con el cuadro (Tabla 2) producido por Scolari (2008, p. 99) en concordancia con los conceptos de McLuhan (2004):

Tabla 2
Dialéctica de la interactividad

Control del usuario	Libertad del usuario
Tecnología cibernética: obliga al usuario a interactuar en los términos de la maquina	Entropía: las redes de sujetos generan desorganización en el sistema
Vigilancia: interactuar en una red digital significa dejar huellas, datos que pueden ser cruzados con otros y contribuir al conocimiento del usuario (tracking)	Prosumidor: ruptura de las categorías que fundaban el proceso cultural (producción/consumo) y desplazamiento desde el consumo a la producción
Adaptación tecnológica: los usuarios deben ambientarse a cada nueva tecnología, modificar sus cuerpos y su cognición a la forma de la interfaz	Usos desviados: los usuarios llevan a cabo descodificaciones aberrantes que rediseñan las interfaces y les hacen cosas no previstas por el creador
Ideología: el dispositivo inmersivo se convierte en un dispositivo ideológico que envuelve al usuario	Tácticas de resistencia: a las estrategias del productor de la tecnología se operan las tácticas de uso.

Es importante apuntar que el término prosumidor, presente en el cuadro proviene del término produssumidor, propuesto por el teórico brasileño Decio Pignatari en 1969, y mantiene el mismo concepto. Su estructura narrativa se parece a la representación del cerebro humano o de los mecanismos de raciocinio, repleto de nodos neuronales, que poseen momentos de decisión para decidir si hacemos esto o aquello. Todo esto pasa por los links que hacen una trama de caminos interrelacionando con los fragmentos.

2.1.2 Hipermedia

Otra característica de los ambientes híper es el hipermedia. En estos, así como los textos

interrelacionados, existen vínculos con otros tipos de fragmentos comunicacionales. Hay opiniones importantes sobre el tema que van desde George Landow (2009, p. 25) en la revisión del libro Hipertexto 2.0 (ahora denominado Hipertexto 3.0.) en donde defiende que “la expresión Hipermedia simplemente extiende la noción de texto hipertextual al incluir información visual y sonora, así como la animación y otras formas de información”. Pero, el mismo autor decide no hacer distinciones entre hipertexto e hipermedia, por creer que ellos hacen parte de un único grupo que proporciona al lector una actividad avanzada en los procesos de lectura-participación.

En un análisis anterior, en su libro Hipertexto 2.0, Landow (1995, p. 15) decía que el hipermedia “extiende la noción de texto hipertextual al incluir información visual, sonora, animación, y otras formas de información”, es decir, es una evolución del hipertexto. Por eso, en los ambientes comunicacionales podemos encontrar fragmentos de video en conjunto con el texto, así como fotografías, registros sonoros y hasta animaciones, construyendo una narrativa mixta, híper y navegable. Pero el receptor/usuario puede escoger lo que desee ver: si todo el paquete del contenido o una parte de este, y en que orden mirarlo. Para el teórico Tony Feldman (1995, p. 48), hipermedia es “la integración sin suturas de datos, textos, imágenes de todas las especies y sonidos dentro de un ambiente de información”.

Considerada como la estructura popular de la *eCommunication*, el hipermedia tiene su ápice con la convergencia de medios, donde es más posible interactuar y definir los caminos laberínticos de lectura. Según Vilches (2003, p. 17):

La migración digital, respecto, en primer lugar, a sujetos interconectados que llegan a la nueva frontera de la comunicación y de lo real. La nueva frontera, que algunos llaman de ciberespacio, es un nuevo espacio de pensamiento y de experiencias humanas, formado por la cohabitación de los antiguos y nuevos formatos de híperrealidad.

El receptor/usuario busca cada vez más los espacios con posibilidad de lectura a través de multilinguaje, sea en la televisión, en el cine, en la literatura o en internet. Por ello, la comunicación televisiva vive un crecimiento de contenidos intertextuales, ya que es la forma de ampliar los lenguajes disponibles en la “caja mágica” y compensar la falta de navegabilidad en la plataforma. El receptor/usuario hace una navegación por el proceso cognitivo y no por los fragmentos presentados por el medio.

Ahora la comunicación vive un momento de hipermediaciones (Scolari, 2008, p. 116) comprendida como el tiempo de los soportes digitales y estructuras hipertextuales, donde el usuario es un colaborador de alta interactividad con la interfaz. Sus espacios son los virtuales, como la blogosfera y los ambientes Wiki, en vista de que sus lenguajes se apoyan en la multimedialidad (Negroponte, 1995).

Al mismo tiempo, Landow (2009) define que el tiempo de espacios donde la multimedialidad está presente, los lectores son activos, o son lectores-escritores. La misma definición es hecha por Renó (2007), pero denominando los receptores de coautores, concepto también presente en Scolari (2008).

Los ambientes hipermedia adoptan con alta intensidad, el concepto de intertextualidad defendido por Bakhtin y Kristeva en sus obras. Según Bakhtin (1986), intertextualidad es el dialogo entre

muchos textos. Por esto, Landow (2009, p. 467) afirma, sobre intertextualidad, que son las referencias recíprocas dentro de un texto o metatexto concebido como obra. El autor indica que el concepto fue empleado por primera vez por Tzvetan Todorov, en 1969.

Podemos comparar esta definición con el concepto de hipermedia definido por Landow. Pero es importante recordar que las definiciones presentadas sobre intertextualidad se llevan en un tiempo donde la hipermedialidad que conocemos hoy no existía para el público en general. Por consiguiente, podemos considerar que Bakhtin y Landow hablan sobre el mismo tema, aunque en tiempos, histórica, sociológica y tecnológicamente distintos.

2.1.3 Interactividad

El concepto de interactividad es ampliamente debatido por teóricos e investigadores de la comunicación en todo el mundo. Mientras más común y más real de lo que imaginamos sea el concepto, es un tema contemporáneo. Una definición interesante es propuesta por Cameron (citado en Shaw, 2005, p. 372). El autor defiende que en procesos interactivos “el usuario, a través de nuevos caminos, obtiene nuevas experiencias”. Es libre para definir su trayectoria en la navegabilidad y, después de seguir por su particular camino por el laberinto hipertextual, obtiene una comprensión del recorrido.

Para los lingüistas, la interactividad está presente en todo y cualquier proceso comunicacional. Está presente, por ejemplo, en la recepción e interpretación de un contenido. Sólo por interpretar un texto, el receptor está participando de un proceso interactivo (Renó, 2011), pero esto es limitado a él, a su conciencia o a un par de personas. No es un receptor/usuario activo. Es un receptor convencional, con su relativa pasividad. De acuerdo con Vilches (2003, p. 229), “la interactividad no es un medio de comunicación, sino una función dentro de un proceso de intercambio entre dos entidades humanas o máquinas”.

Para algunos teóricos, el concepto es descrito de forma simple, pero otros lo consideran un tema demasiado complejo para una definición lineal en pocas palabras (Manovich, 2005). En los ambientes híper, tenemos dos tipos de relación interactiva. Básicamente: uno-uno (Renó, 2011) y muchos-muchos (Scolari, 2008).

Uno-uno es un proceso interactivo donde una persona hace un contenido interactivo e “invita” a otro para hacer su parte en la autoría del contenido. El resultado es solo para él, y cada uno hace su parte. Esto ocurre cuando un periodista ofrece una estructura hipermedia para que el receptor/usuario la lea. Este navega por la interfaz y construye el contenido como cree que es mejor para su lectura personal. Es una relación individualista (Bauman, 2008), típica de la sociedad postmoderna.

Muchos-muchos es otro modelo de relación interactiva. Está presente, por ejemplo, en la blogosfera, donde el autor del blog publica su contenido, pero este está abierto a comentarios distintos e infinitos, y a partir de ahí empieza un diálogo entre todos los participantes que pueden ser muchos. Lo mismo pasa con el espacio Wiki, donde todos hacen el contenido y todos pueden participar.

Manovich (2005) presenta otras definiciones sobre interactividad, que contemplan desde las más sencillas, como abiertas o cerradas, hasta estructuras complejas, como las modalidades arbórea (por menús), escalabilidad, simulación, interfaz de imagen e imagen instrumento y, con estos mode-

los, la simplicidad de las definiciones sobre interactividad está solucionado.

Entre las propuestas presentadas por Manovich merece destacar la interactividad arbórea, conocida como interactividad por menús. Este modelo tiene una interfaz con las opciones ramificadas. Además, encontramos las posibilidades abiertas y cerradas que, para el autor, ofrecen productos comunicacionales distintos entre si. En cuanto a las estructuras abiertas estas ofrecen contenidos diversos como la programación de contenidos incluyendo las redes neuronales. La estructura cerrada presenta elementos fijos y puestos en una estructura arbórea (Manovich, 2005, p. 87). Además, existe el modelo circular rizomático, propuesto por Renó (2011, p. 85), que sigue los conceptos de rizoma presentados por Deleuze en concordancia con conceptos fundamentados en el algoritmo adoptado en procesos y tareas, especialmente, en el campo de la programación.

Otro factor importante está presente en los niveles de interactividad, como comenta Manovich (2005) sobre el tema, analizando el modelo más común y sencillo, aunque hecho en 1998, por el teórico John Thompson (1998, p. 80). Para el autor, existen tres tipos de niveles de interactividad, como se presenta en la siguiente Tabla 3:

Tabla 3
Tipos y niveles de interactividad

Características Interactivas	Interacción cara a cara	Interacción mediada	Casi Interacción Mediada
Espacio-tiempo	Contexto de co presencia: sistema referencial espacio-temporal común	Separación de los contextos: disponibilidad extendida en el tiempo y en el espacio	Separación de los contextos: disponibilidad extendida en el tiempo y en el espacio
Posibilidad de marcas simbólicas	Multiplicidad de marcas simbólicas	Limitación de las posibilidades de marcas simbólicas	Limitaciones das posibilidades de dejas simbólicas
Orientación de la actividad	Orientada para otros específicos	Orientada para otros específicos	Orientaciones para un número indefinido de receptores potenciales
Dialógica/monológica	Dialógica. Que promueve el dialogo entre las partes	Dialógica. Que promueve el dialogo entre las partes	Monológica o la comunicación es unilateral

El primer tipo propuesto por Thompson, definido como interacción cara a cara, es caracterizado por la existencia de la copresencia física, situación que permite al proceso comunicacional la existencia de las marcas simbólicas, es decir, señales comunicacionales hechos, por ejemplo, por otros “textos” distintos del texto escrito tradicional. En este proceso interactivo, el receptor puede interactuar directamente con el emisor, produciendo un flujo de ida y vuelta de la información. Es una comunicación de doble flujo, bidireccional, es decir, el receptor es al mismo tiempo emisor de mensajes.

Según Thompson, otro tipo de interactividad, es la Interacción mediada. En este modelo, no

existe el flujo de co-presencia y las marcas simbólicas no son visibles como en la anterior, especialmente las marcas físicas (como un cerrar de ojos, gestos manuales, expresiones de la ceja, etc.), pues no hay un contacto físico directo. Pero, sobre este modelo, si hacemos una adaptación de lo que define Thompson con la realidad actual, tenemos las conversaciones por vídeo y audio, lo que hace posible la interpretación de señales. Para el autor, esta interactividad puede ser encontrada en chats, además de herramientas de comunicación instantánea, como Messenger, Skype, Twitter, Facebook, Google Talk, entre otros.

En tercer lugar y, actualmente, el más utilizado en el proceso es definido como “Casi interacción mediada”. No hay instantaneidad por parte del receptor. Es común en la televisión análoga y en algunos sitios de la web que no aprovechan las posibilidades interactivas existentes. Por tanto, de acuerdo con el autor, con la llegada de internet (en el momento de la publicación de su libro, aún sin la web 2.0), todo podría cambiar. Y el cambio se ha dado, pues ahora existen los laberintos propuestos por Leão (1999), los sistemas interactivos propuestos por Manovich (2005) y el concepto de participación por el receptor/usuario presentado por Vilches (2003, p. 234), para quien, “la interactividad es el pasaje de la mediación para la creación. Los usuarios dejan de ser objetos de manipulación y cambian a sujetos que manipulan”.

2.2 Nuevos espacios y caminos

Con los cambios en el escenario comunicacional, no ocurría otra cosa si no el surgimiento de nuevos espacios y caminos para la comunicación interpersonal, además para los procesos comunicacionales. Son espacios que surgen, en principio, para atender a una demanda social, donde las personas buscan encontrar sus iguales en intereses y gustos en sus territorios virtuales. Además, son caminos donde el receptor/usuario, ahora también convertido en autor, como los productores de contenido comunicacional sigue caminos para alcanzar sus objetivos.

Espacios y caminos están divididos entre redes sociales diversas y lenguajes nuevos, como la transmediación, ya comentada en este trabajo. Vamos a reflexionar sobre estos temas, que llegan al mundo de la comunicación de una forma natural para la sociedad y, al mismo tiempo, provocan temor, atención por parte de investigadores de la comunicación, estudiosos y productores profesionales de contenido comunicacional.

2.2.1 Redes sociales

La sociedad vive hoy en espacios binarios, compuestos por combinaciones secuenciales de 0 y 1. Sus coordenadas son definidas por líneas de programación y por direcciones conocidas como URL. En estos espacios, están las redes sociales (MySpace, Facebook, LinkedIn, Google+⁴), la blogosfera

⁴ Google+, en el momento de producción de este trabajo, estaba en fase de desarrollo, y con pocos usuarios. No sabemos cómo será el futuro de este sitio, pero hay mucho que hacer tanto en contenido como en interfaz.

(el mundo de los blogs), el microblog (Twitter), YouTube y Vimeo, entre otros. Son espacios donde el usuario puede “subir” sus contenidos textuales, crear el diseño del espacio o publicar temas personales, como fotografías, videos, textos, y hasta direccionar parte de su tiempo con los videojuegos disponibles. Y, dentro de este espacio, también puede “recibir personas, visitantes amigos y encontrar nuevos amigos”.

Las redes sociales surgen, en cierta medida, para simular y reproducir la relación humana en la red. Es una realidad el hecho de que por las redes sociales podemos establecer mayor cercanía con las relaciones que tenemos, tanto personales, profesionales e incluso, comunicacionales. Por este motivo, muchos periodistas aprovechan las redes sociales para promover la circulación de la información cada vez con mayor intensidad.

Los medios sociales han sido importantes agentes mediáticos en la medida que los periodistas las utilizan para reproducir información. Hoy tener una cuenta en una red social es una excelente posibilidad para mantener las fuentes conectadas todo el tiempo.

En las redes sociales, las personas pasan a ser los productores mediáticos dentro de su red social, como afirmara Castells, y se transforma en un nuevo ente emisor con el status de medio (Gillmor, 2005). En estos espacios, una de las actividades que vive un crecimiento de importancia es la de comunicación informativa, característica fundamental del periodismo, pero no necesariamente hecha por periodistas. El reconocimiento sobre la fuerza de las redes sociales está presente de forma intensa en la obra de Gillmor (2005, p. 15). El autor cita, por ejemplo, que:

La producción de noticias y el reportaje del futuro serán más parecidos con un cambio de ideas o seminario común. La línea divisoria entre productores y consumidores quedará inexistente, provocando alteraciones, que solo ahora comenzamos a entrever, en los papeles de cada uno en los grupos.

Las redes sociales son, actualmente, ejemplos de espacios para transferir contenidos informativos, o por lo menos, para buscar y desarrollar contenidos que pueden transformarse en noticia. Al mismo tiempo, los periodistas encuentran en la blogosfera una posibilidad de hacer lo que no es posible hacer en las redacciones. Para Michael Kunczik (2001), no existe libertad de prensa, puesto que sólo está disponible para los que tienen el poder económico, que son los que detentan el poder comunicacional. Pero, la idea de Kunczik, ha cambiado hacia otra realidad, pues ahora la libertad de expresión existe también para los que hacen parte de la blogosfera y de espacios como YouTube (Renó, 2007).

Todo esto significa que los procesos comunicacionales con las redes sociales (como Facebook y Google+) ganaran más fuerza cuando utilizan los espacios de relaciones entre personas que proponen una forma avanzada de distribución de contenido por los integrantes de sus redes personales, lo que conlleva a una multiplicación por los nodos con otras redes de usuarios.

Estas redes poseen capacidad de difusión y ofrecen recursos diversos para su utilización, incluso, a partir de dispositivos móviles. Estos espacios, denominados no-lugares por Augé (2007), son el punto de encuentro de los ciudadanos,

Las redes sociales poseen como características la construcción de espacios *customs* (personalizados) ya sea en el aspecto visual o en las informaciones. La utilización de espacios para publicar

fotografías también es utilizado frecuentemente, pues de esta forma, el ambiente queda con aire de espacio de visitante de una casa, es decir, con los principales registros fotográficos en exposición. Pero, los recursos superan todo esto, como la publicación de videos y el desarrollo de diálogos entre los amigos virtuales, ampliando más aún la sensación de una ubicación real-virtual (Augé, 2007). Y poseen un lenguaje específico, traducido (Jenkins, 2008).

2.2.2 Blogosfera

Para centrarnos en el tratamiento de los blogs, hacemos referencia a la practicidad realizada al uno y otro lado del Océano Atlántico, entre España y Brasil.

Utilizado en el experimento, Denis Renó, rememora cuando tuvo su primer blog. En realidad, no era un blog como conocemos hoy, sino un sitio (construido por su hermano, analista de sistemas) donde a la distancia, escribía una especie de diario de viaje y recibía correos de personas que tenían ganas de acompañar los escritos y el viaje iniciado. En 23 días de publicaciones diarias, tuvo más de 2.500 visitas y un total de 731 comentarios enviados al correo. Fue en 2001, en un proyecto creado y desarrollado por él, titulado, Brasil 501 (un viaje de motocicleta por regiones de Brasil). No existían los blogs, tampoco se conocía el concepto de blogosfera en este tiempo. En palabras coloquiales del autor:

Nosotros hicimos un blog sin saber que estábamos haciendo, y tampoco tenemos el sitio guardado en los archivos digitales, lo que es una lástima, pues los únicos registros que tenemos de este tiempo ha quedado en la memoria, y no en nuestros discos duros. Tampoco las personas que participaran del proyecto sabían que estaban mirando algo que un día sería llamado blog. Como los recursos eran pocos (pero existían, como el envío de texto en línea, necesitando sólo una conexión en internet, la misma misma que fue concebida a partir del sistema telefónico), solamente los textos eran publicados en línea. Las fotografías digitales (en baja calidad) eran publicadas por mi hermano después de ser recibidas por correo electrónico. Sería el principio de lo que hoy conocemos como Web 2.0., en fase beta. Aún así, el mundo caminaba para lo que tenemos hoy: personas conectadas y haciendo cambio de contenidos.

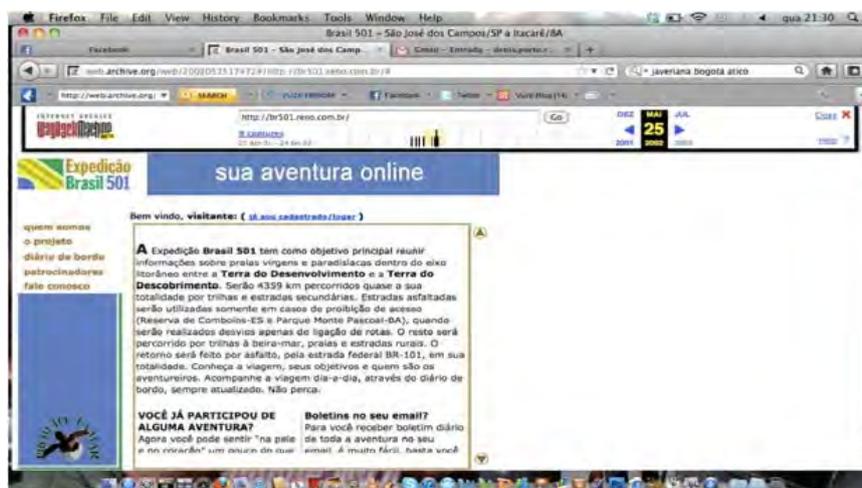


Figura 1. Site/Blog Brasil 501

En España, Jesús Flores hizo su incursión en el mundo de la blogosfera en 2004, cuando empezaron a aparecer las primeras plataformas de blogs en lengua castellana (aunque, un año antes ya había hecho un registro de los utilizados en inglés). Pero, las características y opciones que brindaban las plataformas de blogs en español, no terminaban de convencer el uso de este nuevo recurso.

No obstante, decide hacer el primer blog en la plataforma Blogia (aunque ya habían aparecido Blogalia y Barrapunto) con el nombre de Infomorfosis. En palabras coloquiales del autor:

El título Infomorfosis parte de un concepto que engloba el proceso de cambio y transformación de la información en su forma y contenido y que ya en 2004 analizaba este fenómeno que hoy es una realidad. Posteriormente, en 2005, empecé el blog Paraninfo con contenidos que analizan el entorno del Ciberperiodismo y los Cibermedios desde una perspectiva académica, el mismo que mantengo hasta la actualidad. En el blog Paraninfo mantengo sincronizados y monitorizados los recursos de redes sociales y microblogs.

Los blogs nacieron a finales de la década de los años 90, pero no eran populares y tampoco tenían las interfaces como son en la actualidad. El primer blog, data de 1997, *Scripting News* (<http://scripting.com>, recuperado en 21 de septiembre de 2011). Este tenía una interfaz sencilla, nada comparado con los de hoy. Sin embargo, ya tenía una característica que la diferenciaba de otros medios de comunicación: la posibilidad de comentarios. Su creador, el norteamericano Dave Winer, hizo una mezcla entre las tecnologías RSS y Netscape, naciendo el blog que conocemos actualmente. De acuerdo con Tim O'Reilly⁵:

El RSS nació en 1997 de la confluencia de la tecnología “Really Simple Syndication” de Dave Winer, que se utiliza para enviar y llevar a cabo actualizaciones de blog, y Netscape’ Rich Site Summary, que permite a los usuarios crear páginas personalizadas como páginas principales y que con Netscape se actualizan periódicamente los flujos de datos.

Desde su surgimiento, el *Scripting News* cambió muchas características de su interfaz, pero mantiene los conceptos básicos del entorno. Es un lenguaje con una interfaz sencilla, que mantiene contenido participativo en toda su trayectoria.

⁵ El texto de Tim O'Reilly está disponible en su sitio, en la dirección <http://tim.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=3>.

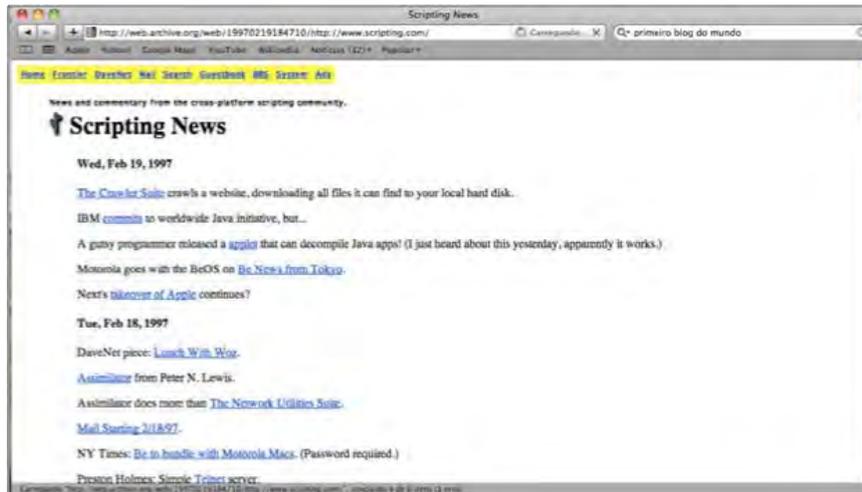


Figura 2. Interface Scripting News (1997)



Figura 3. Interface Scripting News (2011)

La blogosfera es formada por espacios abiertos, donde las personas pueden escribir en su espacio real-virtual y al mismo tiempo dejar abierta la posibilidad de los comentarios en sus posts. Así mismo, construye una red de usuarios interesados que comparten temáticas u opiniones y también hacen que la información circule entre ellos. Existen sitios de búsqueda de otros blogs, por temática, como por ejemplo, *Technoratti*. Los usuarios de blogs empiezan a ganar dinero haciendo que espacios publicitarios hagan parte de sus blogs. Esto ha sido una estrategia que los grandes conglomerados de medios han cogido, descubriendo como pagar los costes para mantener y/o desarrollar los blogs existentes. Según Estalella (2006, p. 23):

El blog es, además de todo, un espacio personal, un medio para la expresión de su autor, que lo experimenta como un “espacio protegido” porque controla la interacción que se desarrolla en ello. Más aún, no solamente hace que el autor tenga el control sobre el espacio en que escribe, pero este espacio es una representación de la identidad creada por su autor.

Los artistas adoptan la blogosfera para publicar sus obras o para mantener sus redes de contac-

to. Para algunos, el blog es un sitio sin coste de programación y de soporte, manteniendo una fuerza de circulación y grandes posibilidades mediáticas que hoy son numerosas.

También las personas anónimas utilizan blogs para expresarse y dialogar con sus redes de contacto. Además, es común ver como utilizan el espacio para compartir archivos a partir del concepto P2P, como películas y músicas o los mismos archivos digitalizados de revistas ya publicadas. A partir de aquí, se construye una red de usuarios interesados en el mismo tema (Castells, 1998), como hemos venido apuntando en este trabajo.

En procesos educacionales esta actualidad es muy común. Es decir, la utilización de blogs para crear una red de usuarios, comúnmente constituida por el profesor y sus alumnos. Es la forma de publicar textos y tener registrado los comentarios desarrollados a partir del texto. Es más sencillo que un forum y con más recursos mediáticos disponibles para la discusión (Machado, 2006; Renó & Mier, 2010). Los blogs se han constituido en la piedra angular de la innovación en la práctica docente que, junto a los campus virtuales, conforman las herramientas que más se utilizan en el Espacio Europeo de Educación Superior (Flores, 2011)

Pero lo que nos interesa en este estudio es la utilización de la blogosfera en el campo periodístico. Por ser un espacio libre, donde podemos crear nuestros formatos, publicar nuestros textos y hacer circular la información sin coste y tampoco sin censura profesional de los que a veces se realizan, por ejemplo, en los periódicos. Un creciente número de periodistas tienen adoptado este espacio para publicar noticias y reportajes que, en algunas ocasiones, son prohibidas en los espacios profesionales. Con este modelo Kunczik (ver 2.2.1) indica que la libertad de expresión deja de ser un problema. Solo sufren la falta de libertad los que quieren mantenerse en el encierro comunicacional que provocan los intereses de los conglomerados mediáticos. La blogosfera ha cambiado la realidad periodística y también suscitado discusiones. Como afirman Esteve y Moreno Espinosa (2010, p. 170):

Esta práctica del “periodista Blogger” ha suscitado ciertas polémicas ya que, para algunos se trata de una adulteración del concepto del periodista profesional mientras que para otros es la democratización del periodismo rompiendo las clásicas barreras entre emisor y receptor. Así, se ha ido introduciendo el concepto de “periodismo ciudadano”, “periodismo cívico”, “periodismo 3.0.”, etc, para definir este nuevo fenómeno del periodismo a través de la red.

La fuerza de este cambio es expresiva hasta tal punto que la mayoría de los periódicos crearon espacios “periodísticos” para sus periodistas, prometiéndoles libertad de expresión y, en algunos casos, dejaron que ellos tengan tal libertad, ya que reconocen la necesidad de apoyar este aspecto considerando que era mejor que los periodistas tengan su credibilidad dentro de un espacio (y no fuera) de la cabecera y que puedan traer publicidad para el medio, haciendo que las cifras de beneficios entren en sus arcas.

Algunos blogs reciben credibilidad como la que tienen algunos periódicos. Durante la guerra de Irak, en 2003, numerosos blogs cubrieron la guerra entre EE.UU. y el ejército de Sadam Houssein. Por primera vez, la información que llegó al mundo no fue de una sola mirada por los “ojos críticos” de la CNN como siempre ha sido. Esto ha cambiado. Los blogueros pasaron a comentar lo que pasaba en tierras del Oriente Medio sin la censura norteamericana. En Brasil, algo similar pasó en 2005, durante la crisis política más fuerte vivida por el gobierno del ex presidente Luis Inácio Lula da Silva.

Nos referimos al escándalo Mensalão, cuando el gobierno y su partido fueron denunciados por pagar con dinero público a políticos de otros partidos, comprando apoyos en el Congreso Nacional, constituyendo presuntos casos de corrupción. Aunque, todo podría acabar en nada o como dicen en Brasil, “en pizza” (es decir, no se puede tratar algo que no existió), la blogosfera llegó con una importante participación. En esos tiempos, un periodista especializado en política, Ricardo Noblat, empezó a cubrir las audiencias que investigaba el Congreso Nacional y a escribir todo en su blog⁶. El Poder Legislativo empezó a hacer seguimiento de lo que Noblat escribía, construyendo la opinión pública e, incluso, definiendo lo que debería abordarse en la *Agenda Setting* de la prensa nacional.

Actualmente, entre los blogs y, concretamente, entre los microblogs cuya referencia es Twitter que por su velocidad y objetividad (es un perfecto *lead*) hace que la información tenga una circulación instantánea y con posibilidad de ofrecer imágenes (foto, video, audio y mapas) y enlaces. El alcance de Twitter es tan potente que los periódicos trabajan con la construcción de fuentes oficiales, oficiosas e independientes. Además, los medios aprovechan para provocar una mejor circulación de sus contenidos. Como define Orihuela (2011, p. 7), “Twitter es una herramienta paradójica: nunca fue tan sencillo hacer algo tan complicado, ni tan complicado hacer algo tan sencillo”. Por ser tan sencillo, es al mismo tiempo práctico y abierto a la circulación de la información. Carlos Scolari, en su Twitter, define la herramienta como el ornitorrinco, es decir, un animal que es mamífero, pero tiene cara de ave. Una cosa que no se sabe que es.

2.2.3 Poshipertextualidad y transmediación

Entre los lenguajes específicos propuestos para las redes sociales, podemos destacar la poshipertextualidad y la transmediación. Pero, respecto a los nuevos términos existentes a partir del desarrollo de los medios digitales, Scolari propone una reflexión que tiene su aplicación específicamente para estos dos conceptos. De acuerdo con el autor:

Nos preguntamos si realmente vale la pena forzar los diccionarios teóricos en vez de recuperar términos anteriores a la llegada de los medios digitales – como la noción semiótica de intertextualidad – ya integrados dentro de un cuerpo epistemológico consolidado y ampliamente trabajados en las últimas décadas (Scolari, 2008, p. 109)

Sobre estos términos, podemos destacar el surgimiento de la terminología Transmedia, inicialmente propuesta por Stuart Saunders Smith (1975), a partir del término *trans-media music*, que presentaba una mezcla de melodías distintas en una única obra. Después, el término fue utilizado para el campo de la comunicación por Marsha Kinder (cf. Cap. Metodológico), haciendo una alusión a la intertextualidad transmedia. Aunque no sea el objetivo de este estudio (justificar o criticar la “creación” de un nuevo término), creemos necesario proponer una reflexión sobre los nuevos nombres que reciben utilidades para medios digitales. Como propone Scolari, esperemos que no sea necesario

⁶ Disponible en <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>, el blog es hoy mantenido por el conglomerado mediático brasileño Rede Globo, pero con la promesa de que el periodista tiene libertad de expresión.

utilizar nuevos nombres para las mismas cosas.

En esta línea, sobre poshipertextualidad, Scolari (2008) propone una definición que implica una recomposición de la televisión hasta la hipertelevisión, en donde se adoptan muchas pantallas dentro de una sola, como en el seriado 24 horas o el noticiero de la “CNN. Al mismo tiempo, se utilizan contenidos intertextuales, haciendo que el receptor pueda “navegar” por los links conceptuales existentes en la narrativa. Son características postmodernas, donde la “sociedad líquida” busca siempre multicaminos y multicanales para multicontenidos (aunque, Zygmunt Bauman, el precursor del tema, no considera el tiempo en que vivimos como postmodernidad).

Entre las características postmodernas de la poshipertextualidad está la narrativa transmedia, conocida también como transmédiación, *transmedia storytelling*, o sólo transmedia. Entre tanto, sus orígenes están enraizados en la intertextualidad y tiene como propuesta la reconstrucción cognitiva a partir de múltiples plataformas.

De acuerdo con el investigador brasileño Vicente Gosciola⁷, en el seminario impartido durante el congreso Intercom 2011⁸, en Recife – Pernambuco, la narrativa transmedia tiene como características algunos factores:

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

El autor argumenta, en su exposición, que es posible que existan algunos equívocos sobre el término transmedia. Según Gosciola:

- no es cualquier estrategia que tenga más de una plataforma mediática;
- tampoco es cualquier estrategia que reproduzca las mismas historias a través de múltiples plataformas;
- no es un contenido analógico distribuido en plataforma digital;
- aunque algunas veces se confunde, no es lo mismo que *crossmedia*;
- circula por las redes sociales;

En este contexto, podemos observar el universo transmedia en el siguiente cuadro, propuesto por Jill Golick:

⁷ Vicente Gosciola es autor del libro “*Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa*”, y se posiciona hoy como uno de los más importantes investigadores brasileños sobre medias digitales y narrativa transmedia.

⁸ El congreso Intercom es promovido por la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación.

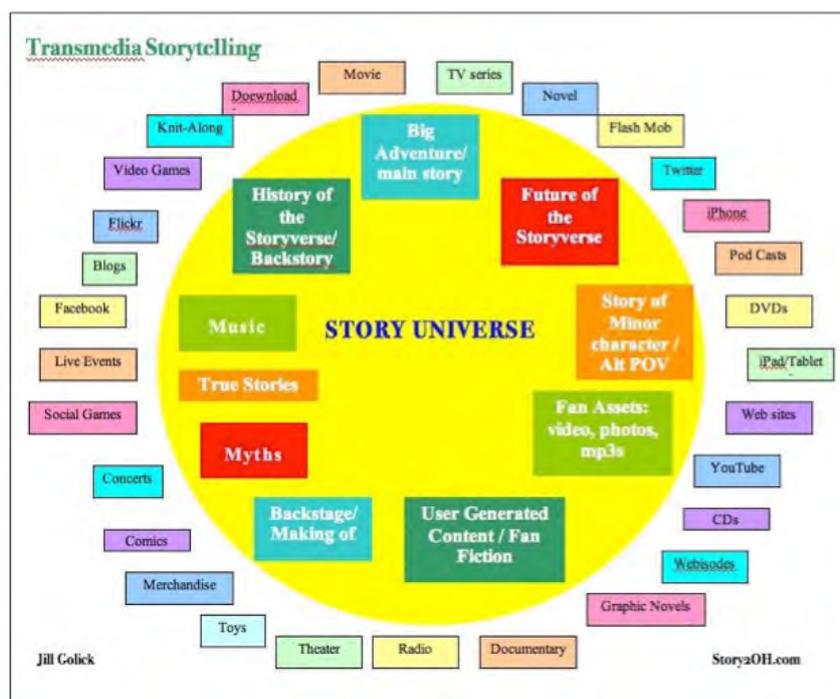


Figura 4. Universo Transmedia

Fuente: <http://www.jillGolick.com/wp-content/uploads/2010/04/trans-media-storytelling.jpg>, recuperado en 21 de septiembre de 2011.

Entre los problemas en el campo de este nuevo panorama de la comunicación está la ubicación lógica y natural del Periodismo. Según Cebrián Herreros y Flores (2007), algunas funciones deben desaparecer y, además, otras funciones están surgiendo, como la de periodista especializado en espacios colaborativos. Los periodistas deben saber producir contenidos hipermediáticos y transmediáticos (Renó, 2011). Los periodistas para estos nuevos espacios, denominados periodistas multiplataforma, deben tener distintos conocimientos (Scolari, 2008, p. 207):

- Polivalencia tecnológica: el profesional de la información utiliza instrumentos (software y hardware) que le permiten producir y gestionar contenidos en diferentes soportes. Por ejemplo el periodista domina al mismo tiempo aplicaciones de escritura, retoque fotográfico, edición no lineal de video o bases de datos;
- Polivalencia mediática: el profesional de la información diseña y produce contenidos en diferentes lenguajes (escrito, audio, gráfico, video e interactivo). El periodista, después de cubrir un evento, prepara el texto para enviarlo a los medios impresos o en línea, graba una intervención radiofónica y edita el vídeo para transmitir en televisión. En esta polivalencia existen competencias tecnológicas (conocimiento de los instrumentos técnicos) y semióticas (conocimiento de los lenguajes de los diferentes medios);
- Polivalencia temática: un mismo profesional de la información se ocupa de generar informaciones para las diferentes secciones del medio (deportes, política, cultura, etcétera).

Con esto percibimos, a partir de estas definiciones de Scolari, que los periodistas necesitan

prepararse para el nuevo escenario de la comunicación informativa, incluso por la realidad actual. Es necesario, además de los conocimientos presentados por el autor, saber producir contenidos que tengan una estructura transmedia, para que la sociedad contemporánea pueda navegar por las informaciones intertextuales modernas. No es posible repetir lo que es hecho en otros medios, con los mismos lenguajes, para los multimedios, especialmente con una narrativa transmedia. Y, aún que parezca obscuro su significado, el tema transmedia es definido con claridad por Jenkins (2008, p. 135) como:

Una historia transmedia se desarrolla a través de múltiples soportes mediáticos, con cada nuevo texto contribuyendo de manera distinta y valiosa para el todo. En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que hace mejor – a fin que una historia pueda ser introducida en una película, ser expandida para la televisión, novelas y HQ; su universo pueda ser explorado en videojuegos o experimentado como atracción de un parque de diversiones.

A este esquema podemos agregar un cuarto bloque de polivalencia: cultural. Las polivalencias nombradas por Scolari son realidades. Pero lo que está pendiente es el desarrollo de la polivalencia cultural. Es decir, la convergencia multimedia y tecnológica que ha llegado a los medios debe también producirse en las mentes de los profesionales. Sólo con un cambio de mentalidad hacia una cultura de red o polivalencia cibercultural, se podrá concretar el verdadero acceso al conocimiento y se podrá optimizar el desarrollo del nuevo periodismo (Flores, 2009, p. 32).

Jenkins, entrevistado por Vinicius Navarro, afirma que sólo ve ventajas con la ampliación del mensaje a partir de una estructura transmediática. Para el teórico, es importante proporcionar al receptor/usuario la posibilidad de explorar nuevas informaciones por procesos de navegabilidad, interactividad y por la diversidad narrativa existente en una estructura transmedia. Con esto es posible descubrir nuevos contenidos informativos, además de ejercitar la mente. (Navarro, 2010, p. 24):

Piense, por ejemplo, en lo que las extensiones transmediáticas hacen. Ellas ofrecen más información y la oportunidad de explorar más plenamente los mundos de la ficción. Permiten involucrarse con historias de tejido de fondo o realzan el impacto a largo plazo de los eventos narrativos.

Mientras Jenkins presenta conceptos esclarecedores sobre el tema, Scolari concluye el debate con algunas preguntas que necesitan ser contestadas. Esto es un indicativo de que si no las contestamos de forma natural y, tampoco, académicamente, es posible que tengamos problemas en el futuro respecto a la producción comunicacional. Scolari (2008, p. 235) cuestiona:

¿Dónde se reubica la televisión en el ecosistema mediático? ¿Cómo se posiciona respecto a los ordenadores o los teléfonos móviles? ¿Cómo se crea socialmente el significado de la televisión en la era de las pantallas interactivas?

Si tenemos las respuestas podemos quedar más tranquilos y empezar a producir contenidos. Si no las tenemos, nos podemos quedar preocupados, porque en poco tiempo no sabremos más como producir contenidos para estos medios. Lo que si sabemos, es que la sociedad está cada día más inmersa en el *eCommunication* (comunicarse en línea o a través de la red) como propone Orihuela, y los procesos deben cambiarse de acuerdo con las transformaciones sociales.

Numerosos estudios necesitan de un desarrollo, comenzando por una revisión de las teorías de

comunicación, válidas para los antiguos medios, pero cuestionable para los digitales (Scolari, 2008). Además, necesitamos cambiar lenguajes, pues ahora se desarrollan otros contenidos por otros medios y para otros públicos, y que conquistan el status de coautor o de participante. Los *seres media*, como apunta Dan Gillmor (2005) hacen sus “noticias”, han dejado de ser sólo fuentes de los periodistas y han pasado, a partir de sus espacios virtuales, a ser fuentes para la sociedad, ya sea por blogosfera, a través de las redes sociales o por Twitter. Son ciudadanos que hacen su circulación de la información por su propia fuerza y con sus propias palabras y lenguajes. A los periodistas no le gusta pensar en esto, pero es una nueva forma de hacer y presentar los hechos y el periodista se ha quedado con la posibilidad de hacer los reportajes, con más profundidad en el tema, con más técnica y tiempo para hacer mejor lo que históricamente ha hecho siempre: contar historias.

Este proceso transformador de la profesión periodística, obliga a repensar la forma de elaborar los contenidos. La transformación de la información en cuanto a forma y contenido potenciado por las herramientas y recursos digitales no hacen sino corroborar el concepto de infomorfosis que se producen en los generadores de contenidos (Flores, 2011).

3 Conceptos de Reportajes

*P*ara el desarrollo de este estudio, en donde proponemos una reconstrucción sobre la forma de producir reportajes en ambientes digitales y por un lenguaje transmedia, es fundamental comprender, en primer lugar, lo que es un reportaje. El tema puede parecer sencillo y elemental, pero, precisamente, por lo elemental, es desconocido aún por gran parte de teóricos y periodistas, ya que algunos de ellos consideran el reportaje como algo casi biológico.

Por lo tanto, abordamos en este capítulo, una reflexión específica en el campo teórico del Periodismo sobre el concepto de reportaje, trayendo al tema puntos de vista, como los de Yanes (2004) y Lage (2001). Con este objetivo, estaremos en condiciones de comprender o reforzar, lo que conocemos o desconocemos en profundidad sobre el entorno de los contenidos del Periodismo. Metafóricamente, podemos empezar a mirar la otra cara de la luna.

3.1 Fundamentos

Hoy, nadie duda de que el periodista es un contador de historias. Independientemente de su formación; del género narrativo o del medio en el que trabaja, su oficio es contar lo que pasó. La diferencia de otros contadores de historia es que el periodista cuenta una historia verdadera, opina o debate sobre algo que pasó o cree que pasó. No siempre tenemos la seguridad sobre lo que ha pasado, como por ejemplo la llegada del hombre a la luna. Muchos dicen que los astronautas de la nave Apolo 11, llegaron a la luna el 20 de julio de 1969 y el hecho fue publicado en la prensa. Pero, desde hace un tiempo, es la propia prensa, la que viene intentando desmitificar el viaje realizado, presentando datos que denotan lo contrario, es decir, que los astronautas no llegaron a lugar alguno. Son historias contadas a partir de un factor que no sabemos si de verdad pasó o no.

Pero, dentro de este escenario, al contar historias, existen géneros distintos que posibilitan al periodista su oficio. Su trabajo puede ser desarrollado a partir de textos informativos, donde la objetividad es suprema. También podemos mirar historias de periodistas en textos del género de opinión, a partir de artículos que reflexionan bajo una perspectiva real, sobre algo que si pasó, pero con los puntos de vista del periodista autor. En toda esta disyuntiva, aún tenemos textos con distintos lenguajes, como por ejemplo una narrativa literaria. De ahí que el género que nos interesa comprender y estudiar es el reportaje.

Diversos estudios sobre reportaje apuntan, casi siempre, hacia un mismo objetivo con pocos cambios de perspectiva. Para algunos, como Yanes (2004, p. 195):

Existe un género periodístico que contiene en su texto – o puede contener -, todos y cada uno

de los demás géneros. Es informativo, pero también de opinión. Puede tratar de la actualidad, aunque también permite la inclusión de algún texto de creación. Muchos autores lo consideran un híbrido entre los escritos informativos y los interpretativos, pero realmente se trata de la fusión de todos los géneros periodísticos. Es el reportaje.

La diferencia con los demás géneros periodísticos está, precisamente, en el campo de la objetividad. El reportaje es un texto más subjetivo que los otros, ya que no necesita de muchas palabras. Además, no vive el imperialismo del *lead* (entradilla) aunque lo tenga en su estructura. Realmente, toda noticia tiene un *lead*, pero no necesariamente como se define en las escuelas estadounidenses, es decir, bajo el concepto de pirámide. En un reportaje, podemos hacer una construcción de *lead* más flexible, incluso con una distribución de contenido por todo el texto, llamado “*pirâmide deitada*” (pirámide extendida) como afirma Canavilhas (2006) y comúnmente adoptado en la noticia a través de internet. Más aun, en el reportaje existe la interpretación del autor. Es un texto noticioso y de autor al mismo tiempo. Son numerosos los casos donde el reportaje es referenciado por la autoría y no sólo sobre el tema abordado.

La pirámide invertida no combina con el reportaje (no es nuestra intención empezar un debate sobre este tema en este estudio ya que no es el objetivo, pero tampoco se justifica en el periodismo). La idea de adoptar el concepto de pirámide es justificada por teóricos como una forma de garantizar la imparcialidad y la objetividad, pero que está en detrimento de la narrativa. El teórico brasileño Lage (2003, p. 24), entre otros, afirma que “al contrario de cualquier máquina, agentes humanos, como los reporteros, tienen su propia tendencia”.

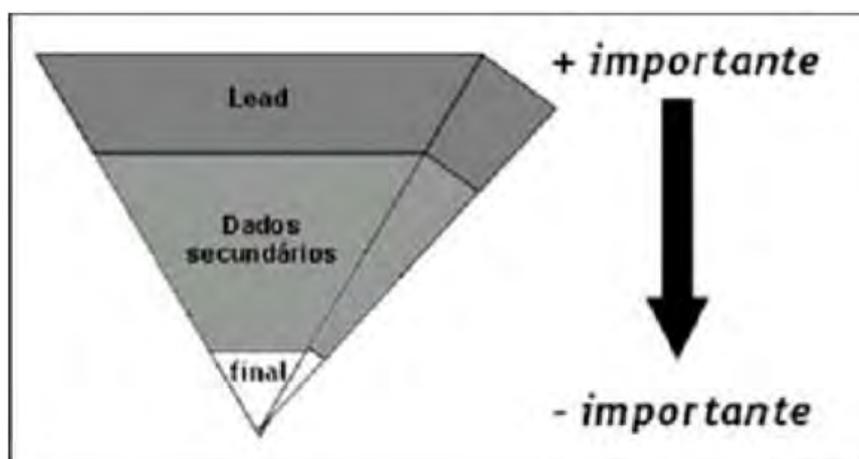


Figura 5. Pirámide invertida (modelo tradicional)

Esto significa que si la tendencia existe, entonces como argumenta Canavilhas (2006), no sirve de nada el concepto de pirámide invertida. Por tanto, en este trabajo persistimos en la idea de que el reportero es un contador de historias, y el reportaje es la forma más libre de contar las historias presenciadas o no por los reporteros. El reportero interpreta el acontecimiento y transfiere los datos al texto. Aun así, tenemos que tener en cuenta que “la interpretación explícita del periodista es una característica propia, pero sin olvidar que además es informativo” (Yanes, 2004, p. 196). Canavilhas denomina la nueva jerarquía de la noticia como pirámide extendida, es decir, una construcción hori-

zonal de la noticia a partir de una división de contenidos importantes por todo el texto, y no sólo en el principio del mismo. Para Canavilhas (2006), si hacemos una construcción jerárquica tenemos pocas posibilidades de navegabilidad, en cuanto una distribución horizontal ofrece mucha navegabilidad, lo que significa, mayor interactividad.

Una estructura de reportaje es horizontal, puesto que tenemos que compartir todo y dejar que el lector pueda mirar el contenido y escoger lo que es importante y lo que no es importante para su interpretación de la información. El reportaje es un texto lúdico donde la interactividad cognitiva existe de forma intensa.

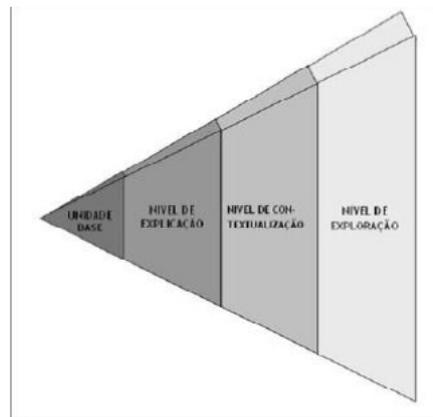


Figura 6. Pirámide “deitada” (modelo João Canavilhas)

Mientras tenemos estos datos sobre reportaje, tenemos que tener en cuenta que algunos periodistas y académicos definen el género con distinciones, como por ejemplo, textos informativos de una forma y textos de opinión por otra. Para ellos, no son la misma cosa. Según Yanes (2004, pp. 196-197), existen corrientes que defienden el reportaje como un texto libre de creación con recursos literarios. Al mismo tiempo, es un texto que resulta de una búsqueda de la información y no sólo suscita lo que pasó. El reportero, en el sentido de productor de reportajes es un constante investigador de acontecimientos.

El reportaje es un texto con contenido en profundidad en el campo de la información. El reportero realiza sus procesos de depuración del contenido de forma superior a la noticia común, que presenta aspectos sobre algo que sucedió, algunas veces sin poder depurar correctamente, como consecuencia de la velocidad que impone la sociedad y los actuales canales de prensa. Además, Yanes (2004, p. 197) argumenta que “la tendencia del periodismo en la actualidad se encamina al reportaje profundo y la noticia, sin más, va dejando paso al periodismo interpretativo”.

Otros puntos de vista sobre el reportaje, lo tenemos con Martínez Albertos (1983) quien defiende la existencia del reportaje objetivo, que tiene como característica un texto que contiene información, como la noticia convencional, pero con una mayor libertad de redacción, incluso con trazos literarios.

En este contexto, lo que podemos afirmar es que el reportaje tiene una característica que no cambia, por más puntos de vista diversos que existan: el reportaje es una forma especial de contar una historia, de tornar pública una información, de llevar a la sociedad temas de interés público. El reportaje es la esencia del periodismo hecho con tiempo, con pasión y, además, con ganas de hablar

con la sociedad.

3.2 Características y modelos

Aunque existan distintos puntos de vista sobre el reportaje, como apunta Yanes (2004), sabemos que, en esencia, el género es periodístico. La primera discusión existe sobre el propio concepto de género, ya que algunos teóricos creen que el periodismo no está dividido entre tipos. Sobre el tema, el teórico portugués, radicado en Brasil, Chaparro (1998, p. 100) defiende que la existencia de géneros periodísticos es un falso paradigma, pues el periodismo no se divide, pero se construye con informaciones y opiniones. En realidad, el periodismo es un poco de todo esto. Es una mezcla de informaciones que construyen una noticia, y no solo una única publicación es capaz de hacer esto. La sociedad recibe la información a partir de distintos discursos y hace una intertextualidad cognitiva para comprender lo que pasa, sobre el tema publicado. La misma opinión tiene Conceição Kindermann (2002), para quien no se puede delimitar el género en la práctica periodística.

Aún así, distintos teóricos, como el brasileño Luiz Beltrão (Marques de Melo, 1988), los géneros periodísticos son compuestos por periodismo informativo, periodismo de opinión y periodismo interpretativo. Para el teórico, el modelo informativo es adoptado para informar sólo sobre algo relevante a la sociedad. En este grupo tenemos la noticia y el reportaje como una noticia ampliada.

Sobre periodismo de opinión, Beltrão define que el modelo es adoptado para difundir opiniones de forma persuasiva, argumentativa. Entre ellos están: el editorial, el artículo, la crónica, entre otros. Generalmente, representa el punto de vista del medio, pues tiene una fuerza argumentativa elevada.

De todo esto se desprende que, el periodismo interpretativo es un reportaje en profundidad, que tiene como misión informar lo que la noticia o el reportaje como noticia ampliada no fueron capaces de hacerlo. El periodismo interpretativo trabaja con informaciones contextualizadas para que el receptor pueda interpretar de forma más amplia, pero sin adoptar como objetivo la argumentación, aunque exista de forma más sutil.

El teórico Marques de Melo (1988), discípulo de Luiz Beltrão, defiende la existencia no de tres, sino de dos géneros: informativo y de opinión. Según Marques de Melo, no es necesario compartir en tantos géneros, puesto que muchos de ellos acaban formando, en la práctica, una sola cosa.

El género informativo (Marques de Melo, 1998, p. 59), está compuesto por nota, noticia, reportaje y entrevista, pues tienen como objetivo informar, aunque con más o menos profundidad. El papel de estos modelos es únicamente de informar, y no de argumentar. Lo mismo, el reportaje, tiene que ser objetivo en su misión, aunque adopte lenguajes literarios.

No obstante, para el autor, el género de opinión tiene otras herramientas discursivas, como el editorial, comentario, artículo, reseña, columna, crónica, caricatura y cartas del lector. Vale apuntar que la caricatura no es un dibujo cómico, sino una forma cómica de contar la noticia y puede ser representada con un dibujo, también conocido como caricatura.

Desde luego, que el tema es mucho más complejo de lo que parece. Por ello, hay otros importantes apuntes sobre el género reportaje. Por ejemplo, Yanes (2004), presenta la existencia de un

tipo de reportaje interpretativo, que se resume en la más destacada variante del Nuevo Periodismo, propuesto por Tom Wolfe. Y complementa:

El reportaje engloba al resto de formas periodísticas, aunque no es la suma de ellas, sin un texto con características propias. Lo podemos definir como “un género periodístico informativo que contiene la interpretación explícita de su autor, que, con estilo literario, firma un texto que se caracteriza por la posible admisión en su cuerpo de cualquier otro género”. (Yanes, 2004, p. 198)

Percibimos que clasificar el reportaje resulta algo complicado, pues si hay una característica que marca este género es su libertad estructural, aunque tenga algunos parámetros que debemos respetar. Yanes (2004) defiende que en un reportaje podemos contemplar noticias, entrevistas, artículos. El autor es libre para construir el tema como quiera, sin imposiciones. Pero, algunos teóricos, como Martínez Albertos (1983), defienden una estructura sólida, que es presentada con la construcción en la secuencia de Lead, Cuerpo de texto y Conclusión.

Son discusiones que no se cierran en este punto. Hay muchos debates sobre el tema, como el ejemplo de Canavilhas (ver 3.1) quien defiende la no necesidad de tener una pirámide invertida, en contrapartida de la propuesta de Martínez Albertos que sigue con la pirámide. Es importante observar el tiempo en el que se realizan ambas afirmaciones, tanto por Martínez Albertos y por Canavilhas. Martínez Albertos lo hace en 1983 (antes de la llegada de la narrativa hipertextual digital), mientras que Canavilhas realiza su apunte desde una perspectiva postmoderna, líquida, en 2006, incluso, ya con la web 2.0.

También, sobre el tema, Muñoz y Gil (1994, p. 35) argumenta que la estructura del reportaje es siempre libre y compleja, por lo que es necesario construir con gran calidad: el subtítulo, antetítulo, sumario y ladillo. Además, porque en el texto se suman datos, informes, testimonios, coincidencias, anécdotas y circunstancias aclaratorias, en conjunto con infográficos. Y complementa: (...) el reportaje no utiliza el lenguaje aséptico de los géneros informativos ya que contiene adjetivos, está elaborado con estilo literario y el periodista aporta sus valoraciones de forma abierta”.

En contrapartida, el teórico Ulibarri (1994) argumenta que el reportaje es un núcleo que reúne varios contenidos relacionados con el pasado, el presente y el futuro del tema, haciendo una reflexión avanzada sobre el acontecimiento. Pero, aún así defiende que exista una estructura básica para así obtener un buen reportaje, compuesta de entrada (cuando se hace un texto para atraer el lector), cuerpo del texto (donde se desarrolla la historia), las transiciones (que hacen las conexiones entre todo lo que se informa en el reportaje) y el cierre (cuando se concluye el tema o provoca otras lecturas). Para el autor, con estos cuatro puntos y creatividad es posible hacer un buen reportaje.

De todos los argumentos teóricos, para este libro se ha seguido el propuesto por Rafael Yanes (2004), para quien el reportaje, independientemente de ser un complejo y libre género narrativo, presenta, básicamente, cuatro modelos: reportaje objetivo, reportaje retrospectivo, reportaje de profundidad y reportaje de investigación (aunque la investigación sea la esencia de la práctica periodística).

Para el autor, el reportaje objetivo tiene como características básicas la construcción de sus argumentos a partir de encuestas o datos numéricos extraídos a partir de informes (Yanes, 2004, pp. 209-210). Es un reportaje un poco más próximo de la objetividad absoluta, acompañada de declara-

ciones y entrevistas para consolidar la argumentación. A partir de aquí, el lector está en condiciones de evaluar las informaciones y hacer su propia interpretación.

Así mismo, Yanes (2004, pp. 210-213) presenta al reportaje retrospectivo como el modelo que apoya su argumentación a partir de datos recuperados del pasado. Es decir, para contextualizar la información presente o proponer una reflexión sobre el futuro, el periodista busca en el pasado informaciones relevantes y que tengan que ver con el acontecimiento para que el lector pueda comprender o, al menos, reflexionar sobre el tema. Mientras contenga información es un modelo más histórico y menos informativo.

El tercer modelo, reportaje de profundidad, es definido por el autor como “(...) aquel en el que su contenido aporta nuevos datos que revelan aspectos concretos de las noticias que últimamente han estado en las primeras páginas de los periódicos” (Yanes, 2004, p. 214). Realmente, es un complemento de lo que ya fue presentado por las noticias o por reportajes objetivos. El reportero que desarrolla este modelo tiene más tiempo para depurar los datos, buscar otras informaciones y, además, estudiar el tema, para que el lector pueda no sólo dar cuenta sobre lo que pasa o comprender lo que ya pasó, sino también traer nuevas informaciones, con frecuentes repercusiones sobre el acontecimiento, para después, llegar a una definición o interpretación personal (o colectivamente personal) ya que la noticia sigue para todos de forma masiva y sigue lo que define la *agenda setting*, es decir, habla casi lo que hablan los otros periódicos.

Yanes (2004, pp. 215-220) describe el último modelo de reportaje, denominado reportaje de investigación. Es redundante el nombre puesto que el periodismo no sobrevive sin la investigación, aunque sea una nota sencilla o una noticia convencional. Por tanto, el reportaje investigativo está algo más adelantado en la investigación en relación a otros modelos periodísticos. El modelo se relaciona con el periodismo de investigación, donde existen modelos de profundidad en el campo investigativo. Para este modelo, se ha desarrollado lo que Lage (2003, pp. 153-154) define como RAC, o Reportaje Asistido por Computador (ordenador). En este formato de evaluación y depuración de datos, el reportero investigador adopta técnicas instrumentales para hacer su trabajo con seguridad. Es necesario conocer no sólo conceptos periodísticos y lingüísticos, sino, también, estadística, ya que se trabaja con hojas de cálculo, saber organizar la información en bases de datos (con el objetivo de guardar los datos conectados con la organización), entre otras formas de trabajo que superan el periodismo convencional.

Con todo estos detalles, llegamos a la conclusión que el reportaje es el topo de la actividad periodística, siendo, al mismo tiempo, una actividad más completa y compleja. El reportaje es intertextual entre sí, pues convive y dialoga con otros géneros periodísticos. El dialogo ocurre en un único periódico o en un tema publicado por distintos géneros, cada uno de ellos con su lenguaje, sus características y sus objetivos. Además, en el reportaje ocurre entre una única publicación, a partir de distintos lenguajes. Al mismo tiempo, llegamos a la conclusión de que el reportaje es un género transmedia, puesto que posee en un único tema, distintos lenguajes, a partir de distintas plataformas, que en conjunto construyen la narrativa final, es decir, el texto pasa una información, mientras la fotografía pasa otra y, de forma distinta el infográfico, ofrece una tercera información. En cuanto al diseño gráfico, presenta una información que los otros tres tampoco ofrecen. Al final, el lector del reportaje tiene su conclusión cognitiva. El desafío ahora es saber cómo construir una narrativa de reportaje para

los medios digitales, donde hay otros dos puntos a considerar: la interactividad y la circulación de noticias por redes sociales.

Este es el tema del próximo capítulo de este estudio que presentamos, no sólo a partir de una perspectiva teórica y reflexiva sobre el reportaje, sino también a partir de datos descubiertos en el experimento realizado en línea sobre el tema de estudio. Finalmente, presentamos la propuesta de producción de reportajes para ambientes multimedia y por medio de un lenguaje transmediático.

4 Periodismo Transmedia

*U*na investigación puede tener distintos objetivos. Algunos de estos objetivos exploran perspectivas sobre un tema concreto. Otros, como es común en el campo de las Ciencias Sociales, presentan análisis de algo que pasó o, que viene pasando. Pero, cada vez con más frecuencia, surgen investigaciones en este campo del conocimiento que presentan propuestas derivadas de estudios teórico-prácticos. Es decir, son resultados de un experimento, al igual como se dan en otras Áreas del conocimiento como las Ciencias Biológicas, de la Salud o de las Ciencias Exactas. La investigación aplicada es posible en el ámbito de la Comunicación y Ciencias Sociales, motivo por el cual fomentamos la creación de Medialabs (Ver capítulo 5).

Este capítulo constituye la piedra angular del estudio sobre Periodismo transmedia. Es decir, a partir de un análisis sobre el experimento desarrollado, se propone un lenguaje de producción como característica del campo del Periodismo transmedia, ofreciendo a los interesados en esta línea de trabajo e investigación, la posibilidad de empezar a producir bajo modelos de narrativas transmediáticas, teniendo como base un punto de arranque estudiado, experimentado y aprobado. Obviamente, este experimento no es una verdad absoluta ya que, aunque partimos de una nueva corriente de estudios académicos, el entorno de la Comunicación y Ciencias Sociales del que formamos parte, no es como la de las Ciencias Puras de mayor trayectoria científica y experimental. De ahí que, nuestro estudio parte con la concepción de los cambios que pueden tener la Sociedad y las Ciencias Sociales.

4.1 Conceptos

El Periodismo transmedia viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios. Por tanto, son adoptados recursos audiovisuales, de comunicación móvil y de interactividad en la difusión del contenido, incluso a partir de la blogosfera y de las redes sociales, lo que amplía de forma considerable la circulación del contenido. Por otro lado, la telefonía celular (móvil) utilizada en el periodismo es una herramienta fundamental para garantizar la movilidad y la instantaneidad del proceso de construcción narrativa, aunque para hacerlo sea necesario producir un guion transmediático.

La diferencia del Periodismo transmedia sobre las otras formas de narrativa periodística es que con la narrativa transmedia es posible aprovechar las posibilidades comunicacionales presentes en la sociedad postmoderna, donde la movilidad y la liquidez de estructuras, o sea, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación, como la de involucrar y atraer al recep-

tor para la interpretación participativa del mensaje. Esto es uno de los puntos necesarios para observar una estructura transmedia: la expansión de la narrativa a partir de la interactividad.

Para empezar a desarrollar la discusión sobre el periodismo transmedia, tenemos que definir conceptos y características básicas del espacio digital, pues es el entorno propuesto en este estudio. Así, sugerimos adoptar como parámetro, las 10 características básicas presentadas por Orihuela (2003):

- El usuario es parte del proceso, y no sólo una audiencia pasiva;
- Los medios venden contenido y no soporte;
- El lenguaje es multimediático, con numerosos canales;
- El contenido es producido en tiempo real y no diario o semanal;
- El espacio de datos es ilimitado, sin limitación de tiempo o espacio;
- El medio es autónomo y dispensa el *gatekeepery* la *agenda setting*;
- El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos y no de uno para muchos;
- Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal;
- Ofrece interactividad al usuario (antes receptor) en la organización y obtención de información;
- Ofrece información sobre la información.

Aunque estas definiciones sean amplias y, por otro lado, no direccionada efectivamente al concepto de transmediación, muchos de ellos sirven para la *transmedia storytelling*. Además, es importante que empecemos a cambiar perspectivas sobre los paradigmas del periodismo en conjunción con la tecnología, específicamente, a partir de los dispositivos móviles. Según Flores (2010, p. 237):

Los medios de comunicación, a escala global, empiezan tímidamente a mostrar algún interés por este modelo de negocio. La asociación Americana de Periódicos ha creado en su sitio web, una guía para el desarrollo de sitios móviles. La guía recoge contenidos móviles, ingresos y algunos estudios de caso. Este lanzamiento nos da una pequeña idea del interés sobre el potencial que genera la telefonía móvil y su uso en los medios de comunicación.

Jesús Flores comparte una perspectiva equilibrada entre la tecnología, el mercado y el lenguaje, es decir, una realidad amplia sobre el tema, y no conceptos tecnocéntricos, como es común en este tema. Entre las informaciones que presenta, el autor argumenta que los teléfonos móviles cambiaran no sólo los procesos comunicacionales, sino, también, la sociedad. Como define McLuhan (2005), el medio es el mensaje, y el medio, teléfono celular, cambió no solo el mensaje periodístico, sino también la sociedad. “La expansión de la telefonía móvil nos sitúa en una era de conexión global y los teléfonos móviles (o celulares como también se les conoce) se han convertido en nuestro cordón umbilical con el mundo” (Flores, 2010, p. 238). Esto pasa por la evolución tecnológica del sector, además del desarrollo de lenguaje presentado. Sobre el mismo tema, Flores presenta una construcción cronológica de la evolución de la telefonía para comprender sus fases (Tabla 4).

Tabla 4
Avance tecnológico móvil

Evolución	Características	Año
1ª Generación: TMA (Telefonía Móvil Analógica)	<ul style="list-style-type: none"> - Equipos de gran tamaño; - Sirven exclusivamente para la comunicación con voz 	1980
2ª Generación: GSM (Global System Mobile o Sistema Móvil Glotal)	<ul style="list-style-type: none"> - Transmite datos; - SMS. 	1990
Generaciones intermedias	<ul style="list-style-type: none"> - WAP - GPRS 	2001
3ª Generación: UMTS (Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles)	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos servicios; - Videollamadas; - Descargas de música; - TV en directo. 	2003

Nota: Flores, 2010, p. 239

El autor defiende que a partir de los teléfonos celulares el periodismo ha cambiado la forma en como se hace y produce a partir del periodismo digital o ciberperiodismo. Para Flores, “el periodismo móvil es la nueva manera de elaborar contenidos periodísticos haciendo uso de un equipo técnico básico: vehículo, ordenador portátil, videocámara digital, cámara fotográfica digital, uno o más teléfonos móviles” (Flores, 2010, p. 240). Y complementa:

El análisis de Editor & Publisher, señala que, el periodista, la mayor parte de su jornada laboral la pasa en la calle, en busca de noticias donde predominan los temas locales sobre sucesos, información de tráfico, funcionamiento de transportes públicos, manifestaciones o protestas ciudadanas y fenómenos meteorológicos adversos (Flores, 2010, pp. 240-241).

Otro cambio pasa en el ámbito de la rutina profesional. El periodista ha vuelto a buscar noticias en la calle, como en el principio del Periodismo. Pero, ahora es más sencillo hacer el trabajo periodístico, ahí, en su origen, es posible subir la información a partir del hecho ocurrido. No obstante, los cambios necesitan llegar también hasta el requisito del lenguaje: “el móvil no es meramente un nuevo soporte para los contenidos digitales. Los teléfonos móviles abren la puerta, por otro lado, a nuevos formatos de contenidos periodísticos” (Flores, 2010, p. 241).

Realizar y producir el nuevo trabajo, implica la necesidad de desarrollar una nueva forma de lenguaje para construir lo que el periodista ya sabe hacer desde sus inicios y para los otros medios. Esto ya pasó con la prensa, cuando Gutenberg desarrolló la tecnología de producción masiva de textos en papel. Después pasó con la llegada de la fotografía, del periodismo en el cine, de la radio, de la televisión, de internet, y ahora convivimos con el desafío para un lenguaje que atienda los dispositivos móviles.

Estos nuevos formatos con contenidos periodísticos específicos para terminales móviles requieren una nueva fórmula periodística, ya que no es suficiente importar contenidos desde otros soportes (prensa escrita, radio o televisión) (Flores, 2010, p. 241).

No sólo Twitter es un ornotorinco, como afirma Scolari en su Twitter (*cf.* 2.2.2.), sino, también, el teléfono celular, que cada vez más se transforma en algo desconocido o conocido (si miramos parte por parte de este gran espacio convergente de dispositivos, lenguajes y contenidos). Por este motivo, es fundamental comprender y crear lenguajes específicos para el medio. El texto no es como un computador, puesto que la navegabilidad, por más sencillo que se haga, es distinta. El sonido no es como en la radio, ya que la transmisión no siempre es perfecta, aunque sea *on demand*. El video no es lo mismo que la televisión, puesto que el dispositivo tiene una micropantalla y, simultáneamente, tecnología *touch screen*, es decir, tecnología que induce a la interactividad. Por estos motivos, es un dispositivo comunicacional distinto de los demás que conocemos y su lenguaje debe atender a un escenario diferente.

4.2 Lenguaje

Entre los desafíos que tenemos para descubrir o comprender el nuevo escenario donde vive el periodismo digital, lo más novedoso y a la vez complejo, es, sin duda, el periodismo a partir de telefonía móvil o celular, no sólo por cuestiones tecnológicas, o tecnocéntricas, sino, específicamente, por la característica convergente del dispositivo. Por ejemplo, en un *smartphone*, encontramos todos los otros canales de comunicación de una sola vez y en un solo dispositivo. Y, al mismo tiempo, peor o mejor (según sea el caso) estos canales o vehículos comunicacionales muchas veces se relacionan entre sí, a partir de vínculos y direcciones que forman caminos hipervinculares. Más aun, el dispositivo móvil abre internet con bastante calidad, por lo que, actualmente, está siendo adoptado como micro portátil computador, que se tiene al alcance, a no más de un clic, sólo con tocar las pantallas *touch screen*. Por consiguiente, este es el desarrollo del concepto de McLuhan (2005), para quien los medios tecnológicos eran la extensión de nuestro cuerpo. Se cumple este precepto puesto que ahora tenemos los dispositivos literalmente en las manos. Tocamos lo que queremos y no tenemos que crear un ícono para compensar la falta de acceso real a las cosas. Aunque el sistema *touch screen* ha sido creado conceptualmente en 1971 por Jason Ford (Elo TochSystems), McLuhan no pensó en esto cuando patentó su idea que se plasmó en el libro *Understanding the media*. Y tampoco pensamos que teníamos que cambiar el lenguaje para estos nuevos desarrollos.

En este sentido, partimos del principio que el periodismo es un lenguaje, aunque el periodista sea un contador de historias. El hacer periodismo involucra una narrativa propia, una intertextualidad informativa, con una temporalidad distinta, y por supuesto una jerarquía de contenidos. Según Roman Jakobson (2003, p. 18), “el instrumento principal de la comunicación informativa es el lenguaje”. Entre los trazos existentes en el lenguaje periodístico está lo que Bakhtin denomina dialogismo.

Dialogismo es lo que ocurre en un periódico constantemente y por ello se construyen las informaciones. Según Bakhtin (1986), dialogismo puede ser comprendido como la interacción entre distintos textos en un único espacio narrativo. Esta interacción es comprendida como una reconstrucción narrativa que se parece con el lenguaje natural del ser humano. Nosotros adoptamos una infinidad de lenguajes para podernos comunicar: palabra, forma de hablar (entonación), gestos manuales, rostros, cada cosa con su información impregnada. El autor propone una interacción entre lo verbal,

el contexto y el intertexto, considerando estos puntos como los que proporcionan una comprensión final. De ahí que, Bakhtin (1986) defiende que construimos un sentido a partir de una suma de sentidos y no aislada por el significado de la palabra.

Los conceptos de Bakhtin posicionan el lenguaje no como un modelo estético, sino como una forma discursiva. Según Bakhtin (1986, p. 268), ignorar la naturaleza del discurso es lo mismo que desvincular el lenguaje de la vida. Brait (2001, p. 71) corrobora este concepto, proponiendo que:

El concepto de lenguaje que emana de los trabajos de este pensador de Rusia está comprometido no con una tendencia lingüística o una teoría literaria, sino con una visión de mundo que, justamente en la búsqueda de formas de construcción e instauración de sentido, resbala por un abordaje lingüístico/discursivo, por la teoría de literatura, por la filosofía, por la teología, por una semiótica de la cultura, por un conjunto de dimensiones definidas, pero no completamente descifradas.

El lenguaje del reportaje periodístico es la esencia del género, así como su contenido. Pero, a partir de los emergentes modelos transmedia, pasó a ser necesaria la búsqueda de un lenguaje que contemplara este modelo de periodismo. Un formato que posibilite la navegabilidad a partir de espacios intertextuales. Una construcción que proponga la interactividad por el contenido, por la circulación y evaluación del texto. Una forma de producción que pueda ser desarrollada a partir de teléfonos celulares y/o dispositivos móviles de otras naturalezas, como *tablets* conectados a internet.

En este contexto, el lenguaje también puede ser definido como una composición de tareas que tiene como objetivo “(...) acabar con las distancias, crear una continuidad espacial, encontrar y establecer un lenguaje común a través de olas” (Jakobson, 2003, p. 22). Por otro lado, el algoritmo es una secuencia de tareas definidas para un determinado fin. Es decir, un proceso de producción de un reportaje es compuesto por algoritmos, aunque sin que esto suponga ser un proceso informático.

De acuerdo con Renó e Renó (2009, p. 11), “el algoritmo es un conjunto finito de normas, bien definidas, para la solución de un problema o ejecución de una tarea en un tiempo finito y con un número finito de pasos”. Entre los algoritmos, destacamos para el reportaje transmedia el método flujo grama. “En este modelo se utilizan geometrías diferentes para representar los pasos (instrucciones) del algoritmo. Cada forma geométrica representa una acción distinta, facilitando así, la comprensión de los pasos en el algoritmo” (Renó & Renó, 2009, p. 13).

El algoritmo es la herramienta de lenguaje para espacios interactivos, como destaca Lev Manovich (2005, p. 288). El autor, que utiliza como ejemplo los videojuegos, declara que “aunque los videojuegos no sigan una lógica con base de datos, ellos parecen obedecer a otra lógica: la del algoritmo”. Y matiza que, “las narrativas, incluyendo los videojuegos, se corresponden con el algoritmo” (Manovich, 2007, p. 292). El algoritmo del modelo flujo grama sirve de guión para el mensaje, permitiendo que el autor haga un estudio de interactividad de la estructura. Entre las opciones de flujo grama está la circular, que ofrece visualización de todo el contenido (Renó, 2011) y la conexión de los fragmentos.

Gosciola (2008) reflexiona sobre la necesidad de producir un guión para después realizar la producción del contenido. De esta forma, es posible optimizar la producción, el tiempo, y tener una mejor construcción transmedia. Sin embargo, de acuerdo con la teoría de Jenkins (2009, p. 44), la construcción transmedia está ocurriendo dentro del cerebro de los ciudadanos, obviamente, por una

evolución intelectual de la sociedad.

Esto significa que “la convergencia de la cultura multimediática debe producirse o entrar en la mente de las personas” (Flores, 2011). Según el autor:

“la convergencia tecnológica es un hecho real. No hay marcha atrás. El último hecho convergente es el que se ha producido entre los dispositivos de telefonía móvil con la inclusión de las redes inalámbricas (WiFi) y su acceso a la red. Lo que convierte esta convergencia en Internet móvil y la lógica evolución de una viabilidad real de la información. Por consiguiente, el reto de los profesionales y los medios es generar una cultura de red (llamada también cibercultura) en la mente de las personas”.

Estas concepciones nos permiten afirmar que nuestro cerebro es transmedia. Los sueños son transmedia. Los proyectos son transmedia. Incluso, el presente estudio es transmedia, si imaginamos el proceso de elaboración que ha tenido. En concordancia con Jenkins, Kinder, Scolari y Gosciola, apostamos por un proceso de comprensión de algo que ya existía. Scolari, durante unas jornadas realizada en Bogotá, en 2011, reflexionaba que “la iglesia es transmedia, con santos, vitrales, sillas, además del discurso del padre”. ¿Hace cuánto tiempo que existe la Iglesia? Mucho antes de las ideas de Saunders Smith, Marsha Kinder, Henry Jenkins o del propio Scolari. En este contexto, podemos afirmar que el lenguaje, de forma empírica es transmedia, incluso, las pinturas rupestres constituyen elementos transmedia. En el siguiente capítulo abundamos más en los conceptos sobre transmedia que algunos teóricos reflexionan con el objetivo de hacer comprender y tecnificar los procesos de construcción transmediática.

4.3 Producción

Experimentar la propuesta antes de fundamentarla debe constituir un factor muy importante en este modelo de investigación, ya que sólo aplicando la teoría en la práctica podemos tener seguridad de las ideas propuestas. Además, algunos estudios, quizás muy teóricos, son criticados por la comunidad profesional frecuentemente, sobre todo, en el campo del periodismo y son justificados solamente cuando el objeto ya existe, sea un análisis mediático o algo publicado en esta línea. En función a esto, justificamos la metodología adoptada.

Nuestra investigación tiene como objetivo final (una vez desarrollado el experimento) proponer un lenguaje y un método de trabajo que pueda ayudar a los periodistas en su construcción de narrativas transmedia, especialmente para el género reportaje, puesto que creemos que la noticia cotidiana no permite un tiempo de reflexión para la elaboración del guion de navegabilidad y la intertextualidad propuesta por la transmediación.

La forma de hacer contenido transmedia o contenido para redes sociales y la blogosfera, exige más de los autores. No se produce como antes. Para la producción, existe una necesidad distinta de proyectarse, planificar los caminos y los contenidos. Es necesario hacer un guión multimedia, como mensajes hipermediáticos (Landow, 2009).

Para desarrollar reportajes transmediáticos, definimos un modelo de algoritmo que sirve de forma eficaz al periodista digital o ciberperiodista, a partir de los conceptos del flujo grama circular

(Renó, 2011) y de la idea sobre algoritmo propuesta por Manovich (2005, p. 2007). El modelo debe ser hecho, de forma rápida, completa y con cuidado en la construcción del tema.

Para el desarrollo experimental de este estudio, Denis Renó, creó un blog con el objetivo de publicar el contenido periodístico transmedia producido en un año (Cf cap. Métodos Investigativos). El blog, en portugués, sirvió de almacenamiento y circulación de noticias, además de servir de experimento en el campo de producción periodística transmedia. Se escogió, aleatoriamente, la plataforma Blogger. A partir de un diseño simple, sin una gran interfaz (estudiar el interfaz, ideal para procesos comunicacionales transmediáticos, no es el objetivo de este trabajo), con colores claros, fuente Arial y poca información visual (sólo lo necesario) (cf. Figuras 7 y 8). Actualmente, la interfaz del blog, así como su URL, ha sido cambiada en el último año, por cuestiones académicas. El nuevo nombre es Red Periodista, aunque sigue teniendo el mismo concepto visual del anterior.



Figura 7. Diseño original del blog



Figura 8. Diseño actual del blog

El paso siguiente para desarrollar la investigación fue la producción de contenido periodístico

a partir de una definición de parámetros de los textos: informativos y/o interpretativos. Además, fueron definidos como contenidos para la construcción de la narrativa transmedia la utilización de texto, fotografía y video. A partir de aquí, fue necesario descubrir el mejor dispositivo de telefonía móvil para esta producción, es decir, lo más completo y sencillo para la tarea periodística, profundizando, incluso, en el campo de la practicidad del dispositivo.

Para esta tarea, se adoptó como dispositivo oficial un iPhone modelo 3GS, lo más avanzado en el inicio de la investigación. Con la llegada del iPhone 4, algunas producciones fueron desarrolladas a partir de ese dispositivo, lo que no representó cambio en las posibilidades laborales. También fueron desarrollados contenidos a partir de teléfonos con sistema operacional *Symbian*, además de teléfonos con plataforma *Android*, lo que quedó claro que cada uno de ellos tiene sus limitaciones.

Los modelos con sistema operacional *Symbian* son limitados en la producción de contenido audiovisual, pues no tienen la opción (plugin) de edición de videos. Fueron utilizados dos modelos como actividad experimental: N97 y Navigator. Para publicar archivos de texto en el blog. El sistema de la plataforma Blogger, no posibilita el envío de fotografías o videos, limitando el trabajo sólo al texto, lo que no deja ser un contenido transmedia, aunque el diseño del texto no era del todo bueno. Además, la dificultad de escribir en el dispositivo es un factor limitante. No obstante, es un equipo con un coste más accesible y puede producir fotografías y videos con excelente calidad, incluso, mejor que el modelo iPhone. La alternativa para los periodistas que quieren trabajar con este equipo es adoptar como (equipo de) apoyo un computador -ordenador- portátil con conexión internet 3G.

Otro problema constatado en la utilización de los dos equipos fue la dificultad en producir los textos a partir del teclado. Además, su interfaz no atiende las necesidades cognitivas de una buena interfaz de acuerdo con los conceptos que adoptamos y que presentaremos más adelante, en la reflexión del desarrollo del experimento. Fue publicada una noticia a partir de un teléfono celular Nokia Navigator (ver noticia publicada en la figura 9).

Es fundamental que el trabajo de producción de texto sea desarrollado a partir de un método operacional sencillo, pues el periodista no puede dedicar su tiempo a descubrir como hacer para escribir con agilidad. Su trabajo tiene que absorber tiempo en la creación del contenido y en el tratamiento de los contenidos audiovisuales y fotográficos.

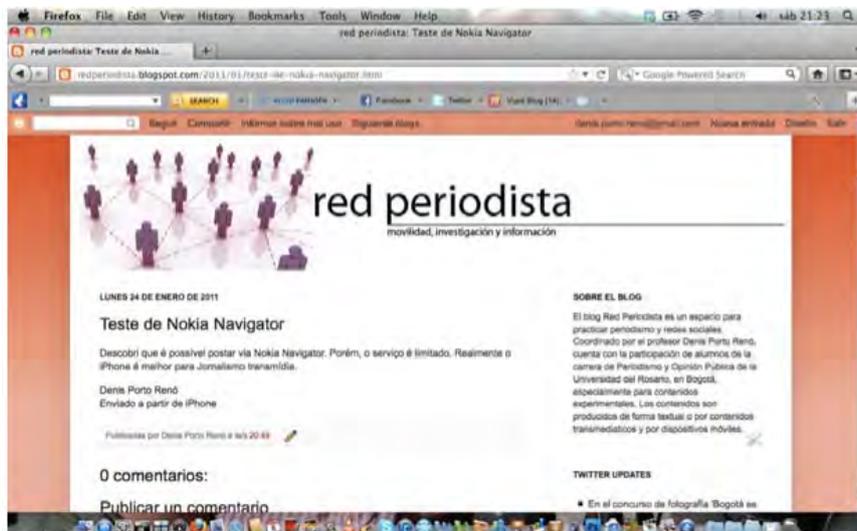


Figura 9. Publicación por Nokia Navigator

El modelo que adopta el sistema operacional *Android* utilizado en el estudio (Galaxy S) también presentó limitaciones, específicamente sobre la imposibilidad de hacer ediciones de videos desde el teléfono celular. A esto se sumaba que la calidad de los videos era inferior a los demás equipos. Mientras que a partir *del Android* es posible publicar contenidos con calidad y simplicidad de tareas mejor que el *Symbian* aunque sea inferior al iPhone. Su interfaz se aproxima a la necesidad cognitiva de una interfaz de calidad para este trabajo. Desde el punto de vista de coste, el precio del equipo es equivalente al iPhone, aunque posee menos aplicaciones disponibles y no ofrece los aplicativos de edición de video ni el *Adobe Photoshop Express*, fundamentales para la producción de fotografías. En ese sentido, la publicación a partir de este dispositivo no es tan buena aunque sea uno de los mejores que los dispositivos de plataforma *Symbian*.

Una vez decidido el equipo para el experimento (el modelo iPhone 3GS) y la búsqueda por aplicaciones sencillas para la tarea, se inició el proceso de producción de noticias y con esto empezaron a surgir los obstáculos. La primera dificultad fue la digitalización (escribir) de los textos. El teclado del iPhone, de pequeña dimensión, presentó dificultades en el principio, aunque con el tiempo se fue superando. Además, en concordancia con el concepto tecnológico *touch screen*, el equipo pasó a ser una extensión del cuerpo (McLuhan, 2005). Pero no siempre fue sencillo. Los primeros textos sirven de experimento para descubrir como utilizar el equipo y sus aplicativos, como la entrevista que se sostuvo con un exalumno de Periodismo, sobre su situación profesional (anexo 01).

La segunda dificultad fue la publicación de fotografías, pues el panel de trabajo de Blogger no dejaba que esto pudiese ocurrir. En paralelo, se descubrió una aplicación que ofrecía no sólo el servicio de publicación de fotografías y videos, a partir de su interfaz, sino, también, la publicación de un video o una fotografía producida en directo, después de escribir el texto. Además, dicha aplicación hace el trabajo de circulación de la noticia por redes sociales, de forma automática. Por ello, creemos necesario dejar registrada la cuenta de red social (Facebook, Google+, Twitter, Badoo, entre otros) y publicar el texto. El aplicativo envía texto y el enlace directamente hacia el espacio de publicación de estos entornos con enlaces para el blog. Finalmente, el aplicativo proporciona, simultáneamente, la

publicación en distintos blogs. Dicha aplicación tiene un coste inferior a 2 dólares.



Figura 10. Difusión de noticias vía Facebook

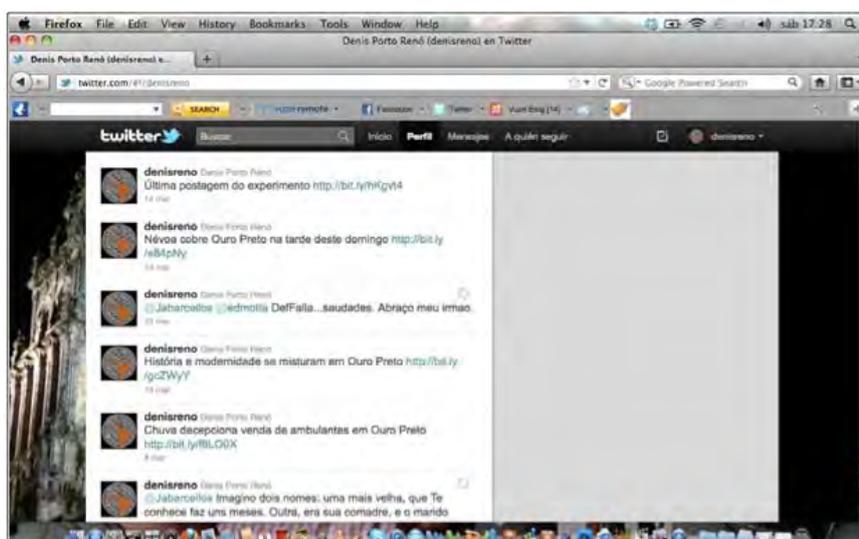


Figura 11. Difusión de noticias vía Twitter

La producción de contenido a partir del teléfono celular fue muy sencilla. Producir texto desde el dispositivo, editar videos a partir del aplicativo *Reel Director* y tratar fotografías con *Adobe Photoshop Express* son tareas transparentemente posibles para los reporteros. Por ejemplo, el aplicativo (software) de edición presenta los mismos conceptos cognitivos de un software de edición profesional, con *timeline* y una forma de ordenación de fragmento sencilla, utilizando un método de arrastre y organización (drap and drop) por orden de exhibición. Además, la posibilidad de hacer todo esto en el lugar donde ocurrió la noticia es algo de considerable ventaja. Con el desarrollo de esta investigación y, en términos profesionales, se ha podido percibir que este proceso es lo que establece la diferencia.

El ciberperiodista, o periodista digital, no tiene tiempo y no puede perder tiempo haciendo su trabajo en los despachos de la redacción, por cuanto las noticias ocurren y la información descubierta a partir de otras fuentes pasa a circular por las redes sociales. Su trabajo tiene que ser producido en

la calle, donde ocurrió el acontecimiento. Aunque los reportajes son producidos por más de un largo proceso de absorción por parte del periodista deben ser hechos también a partir de ambientes móviles y, si es posible, en la calle, para garantizar una mayor y mejor inmersión del periodista, desde el lugar de los hechos, en el proceso y en el ambiente que reporta.



Figura 12. Timeline Reel Director

Pero, la propuesta de este libro no es construir un tutorial sobre como utilizar la aplicación *Reel Director*. La idea es presentar los lenguajes que debemos adoptar para el trabajo, puesto que la aplicación, es bastante cognitiva y de sencilla operación.

Sobre el lenguaje, el guión de un reportaje digitalmente expandido es algo fundamental. No se debe empezar a producir un reportaje sin tener el tema, las fuentes, etc., y en el reportaje transmedia pasa lo mismo. Es decir, la construcción del contenido debe ser desarrollado a partir de un guión transmedia, donde se programan todos los enlaces para que todos los fragmentos tengan una relación cognitiva y al mismo tiempo, no hagan sólo el papel de un contenido *crossmedia*, es decir, el mismo contenido en distintas plataformas. Estos deben ser complementarios y no repetitivos. Por tanto, hemos adoptado un modelo de flujo grama específico para reportajes transmedia, adaptado de un flujo grama algoritmo circular rizomatico, propuesto por Renó (2011). El formato adoptado en todos los textos publicados no necesariamente tiene que presentar todos los fragmentos, aunque es bueno que se tenga el máximo de “textos” distintos en el contenido, como muestra el ejemplo a seguir:

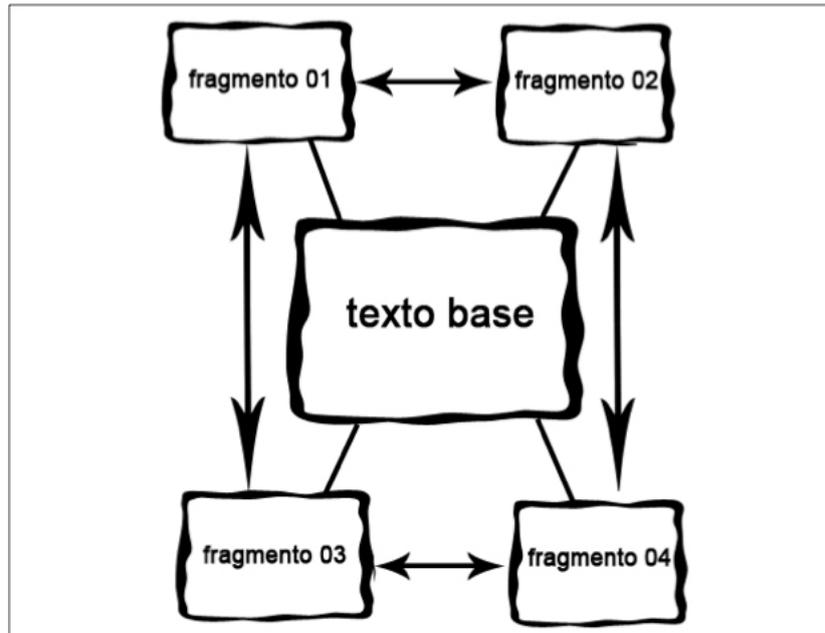


Figura 13. Flujo grama para reportajes transmedia

El desarrollo del guión es, sin duda, fundamental para un buen trabajo de producción de una narrativa transmedia, especialmente para el periodismo del género reportaje. Así, probablemente, podríamos ofrecer una diversidad de caminos para la navegabilidad, que debe ser natural. Es decir, el usuario-receptor tiene que seguir por los caminos decididos y escogido por él, sin sentir obligación alguna para hacerlo.

En el flujo grama presentado, son ofrecidos, en este caso, cinco fragmentos de contenidos en distintos medios adoptados, aunque relacionados entre sí en el tema del contenido. Se presenta un texto base, ofrecido al usuario para una primera lectura, pero éste puede empezar sus procesos informativos a partir de cualquiera de los fragmentos. Y en cada uno de ellos existe la posibilidad de volver a la lectura anterior. Preferentemente, el texto base debe ser escrito, con un resumen y además, con una contextualización del tema para que el lector tenga condiciones de seguir leyendo.

En el fragmento 01, se presenta un contenido en video, que complementa lo que fue presentado en el texto base, pero no el mismo tema. Es importante tener en cuenta que son contenidos distintos, aunque interrelacionados, para que se pueda seguir un proceso transmedia y no *crossmedia*.

El fragmento 02 presenta fotografías sobre el tema, pero igualmente no puede presentar contenidos que sean lo mismo del texto, y tampoco del video. El usuario puede mirar las fotografías y obtener informaciones aisladas de los otros fragmentos y volver a mirar todos los otros contenidos sin problema cognitivo.

El fragmento 03 propone un contenido infográfico o una caricatura sobre el tema. Es decir, informaciones de apoyo, que constituyen una reflexión sobre el tema a partir de la caricatura. Además, es un momento lúdico para el usuario, que puede navegar por nuevas informaciones complementarias o, simplemente, reírse con el dibujo.

El fragmento 04 presenta un complemento sonoro del reportaje, aunque también puede presentar otro video, otras fotografías o un texto que sirva para contextualizar el tema, con algo que pasó

en otros tiempos o una programación de lo que pasaría sobre el tema.

Es importante tener en cuenta que no necesitamos hacer los cinco fragmentos. Podemos hacer menos, si no hay contenido bueno para todos, y también podemos hacer más fragmentos, cuando los cinco no son suficientes. Imaginamos un atentado político o religioso. Podemos tener como fragmentos un texto base, donde contamos realmente lo que pasó. Podemos tener un fragmento 01, donde ponemos imágenes sobre personas intentando salir del lugar, o bomberos llegando en auxilio de las personas heridas (no creemos que sea de interés social tener imágenes de las personas heridas ni tampoco que sea muy periodístico). En el fragmento 02, presentamos fotografías del lugar antes del atentado. En el fragmento 03, un reportaje sonoro con la policía sobre los posibles responsables. Por fin, en el cuarto fragmento, presentamos un texto con una retrospectiva de los riesgos de atentado en el país. El lector puede navegar por todos los fragmentos sin problemas cognitivos.

En el experimento, una de las fases más importantes fue la circulación de la información, característica fundamental de la producción de reportajes transmedia. A partir de las redes de usuarios es posible hacer un alcance más eficaz de la información, haciendo que más gente tenga contacto con el contenido y, además, pueda comentar el tema. La utilización de redes sociales y la estructura rizomática de la información demostraron ser fundamentales para este formato de lenguaje periodístico. Mientras tanto, el periodista, al producir el reportaje o al definir el tema, debe tener en cuenta los intereses de su red de usuarios (o seguidores), invitándolos a la lectura.

Entre los entornos de redes sociales utilizadas, el más eficaz fue el uso de Facebook, aunque Twitter también presentó resultados interesantes. En contrapartida, Google+ no presentó buenos resultados, probablemente porque aun no tenía un significativo número de usuarios, en el momento del estudio. Sobre la participación en las redes sociales, el único problema fue que algunos comentarios sobre los textos surgieran sólo en Facebook, lo que limitó la participación y repercusión de ellos, quedando disponibles únicamente para los que hacen parte de nuestra red de contactos, mientras en el blog, era posible dejar en abierto el debate, puesto que todos los que acceden al espacio blog, tienen la opción de leer el tema completo. Es importante apuntar que las discusiones o debates hacen parte de lo que Vicente Gosciola llama el contenido expandido (*cf.* Cap. 3).

Además de las redes sociales como forma de circulación de contenido, se ha constatado que la movilidad es, efectivamente, un diferencial importante en la producción de contenido. Por ejemplo, la agilidad en desarrollar el contenido periodístico a partir de un teléfono celular, es de gran valor en la publicación de la información. En el experimento descrito, una situación que se destaca fue durante un vuelo entre las ciudades españolas de Madrid y Santiago de Compostela, por motivo de asistir a un congreso en la ciudad gallega (anexo 02). En esa ocasión, noviembre de 2010, los vientos registrados fueron más fuertes de lo habitual, lo que provocó la paralización de las actividades del aeropuerto de Barajas, en Madrid, y del aeropuerto de Santiago de Compostela, en Galicia, durante varias horas. Una vez abiertos los aeropuertos, en el viaje, se pudo registrar, por video y foto, el cielo español totalmente gris por todo el viaje entre los dos aeropuertos. Tanto la producción de texto como la edición de video y el tratamiento de las fotos fueron producidos con el teléfono celular durante el vuelo, y el envío concluido en la hora de la llegada en el aeropuerto de Santiago de Compostela, utilizando una red Wi-Fi. También, en Santiago de Compostela, fueron producidos otros dos textos, uno por la calle y otro durante una sesión del congreso al que se asistía. Ambos a partir del teléfono

celular, y publicados en el blog cuando el dispositivo localizó una red Wi-Fi, disponible en un café por el centro histórico de la ciudad (anexo 03 y anexo 04). El dispositivo demostró cuan sencilla era la operación de crear, editar y publicar y, además, dado su pequeño tamaño, era muy discreto para la producción del contenido.

Un experimento similar se desarrolló durante otro vuelo. Esta vez entre las ciudades brasileñas de Ribeirão Preto y Belo Horizonte, Brasil (anexo 05 y anexo 06). El tiempo, también con fuertes vientos, no fue suficiente para impedir el funcionamiento de los aeropuertos Leite Lopes, en Ribeirão Preto, y Confins, en Belo Horizonte (que si hubo que cerrarse poco tiempo atrás por el mal tiempo para la navegación aérea, acontecimiento que también fue registrado para el experimento, en tierra, en el propio aeropuerto, disponible en el anexo 07). Su publicación fue posible gracias a la movilidad de producción y publicación de contenidos, antes de la salida del vuelo.

Otra evento publicado, en función a la movilidad, fue realizado el jueves 03/03/2011, dos días antes del carnaval en Brasil (anexo 08). El texto publicado registró el intenso movimiento de viajeros con destino a la ciudad de Ouro Preto y otras ciudades cercanas. La ciudad brasileña, del Estado de Minas Gerais, es reconocida por la Unesco como patrimonio histórico de la humanidad y posee un carnaval de intenso turismo internacional. Para cubrir el hecho, fueron producidos imágenes en video y fotos, así como el tratamiento y la edición total a partir del teléfono celular iPhone 3GS. Todo el texto fue producido en el terminal rodoviaria (ferrocarril) de Belo Horizonte, Minas Gerais, así como las fotos, la edición del video y la publicación en el blog. Casi 2 minutos después la noticia ya tenía comentarios hechos por los participantes (seguidores) en las redes sociales de Facebook y Twitter.

Sobre la participación, es importante apuntar que el experimento contó sólo con dos contribuciones de lectores directamente en el blog. Por otro lado, como las noticias fueron publicadas simultáneamente con una divulgación de link para el texto en Facebook y en Twitter, poniendo el mismo link en Google+, las dos primeras redes sociales registraran expresivos números de participaciones con contribuciones. Para las 43 publicaciones hechas en el blog durante el período de estudio, fueron realizadas 61 contribuciones en el canal de Twitter y 94 contribuciones en Facebook.

Entre las contribuciones hechas por el blog, una que destacamos fue la publicación sobre la creación del ciclo-faja (carril bici) en los domingos (anexo 09). El comentario, realizado por un desconocido y que no hace parte de la red social de Renó, da a conocer su correo y solicita más información sobre el tema, ya que le gustaría saber si seguirá la ciudad con el proyecto. Además, el blog sirvió para empezar un gran debate en la ciudad, a través de los medios, sobre la necesidad de mantener el proyecto y su utilización por la población. Fue enviado un feedback al usuario, que en respuesta dijo que el contenido presenta un lenguaje interesante de texto, fotografía y video. Es importante apuntar que todo fue producido en la calle por lo que el texto fue publicado en seguida. Allí, desde la misma calle, en la que Renó transitaba.



Figura 14. Noticia comentada en el blog

El experimento nos demuestra que el medio es viable para hacer periodismo y, además, que la circulación es amplia en las redes sociales, puesto que, probablemente, otros lectores descubrieron la publicación a través de otra red en la cual participa. Más aun, algunos comentarios revelaran enlaces personales de amistad y de interés en el tema, como justifica Castells (1999) para la construcción de redes sociales. Un ejemplo de esto es el texto (en portugués) “História e modernidade se misturam em Ouro Preto”, donde se produce un reportaje interpretativo sobre la mezcla entre historia y cultura punk en la ciudad. En el texto, Jefferson Barcellos, estudioso de la cultura punk, comentó el texto con un lenguaje coloquial (y personal derivado por su amistad con Denis Renó) (anexo 10).

La circulación de la información fue posible por el sistema de redes existentes actualmente en internet. Las redes son creadas de acuerdo con los deseos de sus usuarios involucrados que desarrollan sus contenidos digitales, proporcionados por las tecnologías de la información que ahora posibilitan la participación directa de ellos en los procesos de producción.

De hecho, sobre la difusión de noticias a través de redes sociales, la noticia “Ouro Preto: cidade das igrejas” (anexo 11) fue reenviada por el Twitter @dminasturismo para sus 1.277 seguidores. Lo curioso es que no sabíamos de la existencia de la empresa de turismo DMinas Turismo, y ellos tampoco seguían el Twitter de Denis Renó. Pero, a partir del envío desde la cuenta de la empresa de turismo, otras personas han pasado a seguir el Twitter de Renó y, en consecuencia, a comentar otras publicaciones.



Figura 15. Difusión de noticia vía Twitter

Además de la circulación de contenido a partir de redes sociales y de las ventajas de la movilidad, otro dato que se destaca del experimento fue la facilidad de operar el equipo de telefonía celular. De ahí la importancia en percibir que es fundamental la posibilidad de una operación sencilla, directa e intuitiva para el desarrollo del trabajo. De esta forma, las herramientas quedan a disposición para que cualquier periodista pueda producir contenidos alternativos sobre acontecimientos locales con mucha agilidad y destreza. Lo que McLuhan (2005) proponía y que Steve Jobs ha concretado e, incluso, superado, es que los medios de comunicación son extensión de nuestro cuerpo, hecho que se demuestra con la utilización sencilla del teléfono iPhone 3GS. A partir del sistema *touch screen* y del interfaz semio-cognitiva, casi invisible, como propone Scolari (2004), el trabajo periodístico ha sido natural, como tener experiencias líquidas (Bauman, 2001) en un mundo sólido. Según Scolari (2004, p. 31):

Creemos que solo una lectura en clave interpretativa y contractual de los procesos de interacción nos permitirá superar el instrumentalismo presente en las actuales teorías de la Interacción Persona-Ordenador que, como hemos visto, consideran la interfaz una simple extensión o prótesis del cuerpo y la interacción una actividad automática. Se trata, en definitiva, de superar el mito de la transparencia de las interfaces, desmontando los complejos dispositivos semióticos que se esconden detrás de la aparente automaticidad de la interacción.

Aunque la relación entre el trabajo periodístico y el teléfono celular parezca una sencilla y limitada impresión simplista de transparencia de interfaz, lo que ocurre es que los sistemas de tareas propuestos por la interfaz del iPhone 3GS tiene enlaces cognitivos con las mismas tareas en ambientes tradicionales. El teclado, por ejemplo, aunque sea digital, sigue siendo igual que un teclado físico, material. Lo mismo pasa con el registro y tratamiento de fotografías o la grabación y edición de los videos. De acuerdo con la propuesta de Scolari, lo que hacemos en las aplicaciones es lo mismo que se hace en software profesionales respecto a los procedimientos. Además de la interfaz, la agilidad para el proceso de digitalización también es buena, a partir de la costumbre adquirida con el trabajo, aunque sean un teclado y una pantalla pequeños para nuestras manos.

Para hacer el trabajo de publicación ha sido necesario contar con acceso a Internet 3G en el teléfono, puesto que quedar en espera y depender de sistemas Wi-Fi de algunas localidades, no hubiese sido muy profesional. Aunque para parte del experimento, la dependencia de Internet de terceros estuvo presente en publicaciones hechas en Bogotá, Colombia, Madrid y Santiago de Compostela, España, por motivo de no tener contratado el sistema de acceso con las operadoras locales. Pero, para las publicaciones realizadas en Brasil, la tecnología de conexión 3G no fue un problema, ya que la conexión disponible actualmente en Brasil, es compatible con las necesidades de este tipo de operaciones, incluso, en ciudades donde la cobertura 3G no es ofrecida, como en las brasileñas Ouro Preto y Mariana, las dos ciudades de Minas Gerais donde se realizaron numerosas publicaciones (de posts).

Con los resultados del período de experimentación, proporcionado por la publicación y la circulación de las 43 noticias de contenido periodístico, la mayoría fuertemente apoyada en el concepto factual, se pudo percibir la viabilidad de producir noticias con los numerosos formatos mediáticos (texto, foto y video) totalmente, a partir de un aparato de telefonía celular y contando sólo con un espacio en la blogosfera. Del experimento, se desprende que la producción es viable y de sencilla operación, lo que se torna en una posibilidad interesante de realizar, ya que la movilidad es fundamental y necesario para los periodistas (de noticias de actualidad), especialmente los que desarrollan su trabajo en medios digitales. Por último, se percibe que las redes sociales son capaces de difundir con agilidad y destreza de potencialidad viral, las informaciones publicadas por los periodistas, creando de esta forma, una audiencia mediática de interesantes niveles de alcance y expresividad. Todo esto en conjunto con la capacidad de expansión digital de los contenidos, haciendo con que todo tenga un carácter participativo fundamental para una sociedad líquida.

Pero, además de los sistemas de producción y de circulación, el estudio aun tenía otro desafío: ¿cómo deberían ser producidos y editados los videos periodísticos destinados al blog? La respuesta parte del hecho en que tanto en el campo estético como en el tecnológico, sería necesario definir un patrón ideal y el formato audiovisual es el entorno más potencial de “texto” comunicacional, puesto que llega a lo más cerca de la realidad (Bedoya & Frias, 2003). Por tanto, fueron realizados formatos que se grabaron y editaron en el propio equipo adoptado para el experimento.

No obstante, la producción de contenidos a partir de teléfonos celulares necesita una revisión de estética audiovisual. Hay -y surge-un nuevo componente de posibilidades para trabajar la imagen en movimiento y para ello se realizan nuevos desarrollos de *software* destinados a la actividad. Mediante estas aplicaciones es posible producir todo el contenido desde el dispositivo, tanto por los recursos disponibles como por la ventaja de producir con movilidad.

Pero, es importante considerar las limitaciones del dispositivo. Descubrimos con nuestro análisis, que es fundamental tener en cuenta que el micrófono existente en el teléfono celular sea abierto, no direccional, lo que significa que puede captar todos los sonidos del ambiente y no sólo del objeto o personaje principal. Para que se produzca obras audiovisuales con contenido sonoro de calidad es necesario hacer unos tipos de movimiento en *travelling*, del tipo *tracking in*, es decir, con una aproximación física y no óptica, ya que sino lo hacemos así, tendremos una aproximación de la imagen, pero sin aproximación del sonido que queremos captar. Además, la imagen tiene limitaciones de tamaño, sobre todo, cuando están hechos para su exhibición en micro pantallas, lo que define una estética ideal de encuadre para la producción por estos dispositivos móviles. Por ello, lo ideal es que se haga la pro-

ducción con un encuadre en primer plano –o, en plan detalle- para que la imagen presente contenido visible para el público.



Figura 16. Encuadres *travelling tracking in*

Una cuestión necesaria de contemplar es sobre el tamaño del video. Lo ideal es que se hagan contenidos audiovisuales de no más de 30 segundos (para una nota o breve) y 4 minutos (para gran reportaje), puesto que no sabemos donde vamos a exhibir y que tipo de conexión disponible habrá. Por todo esto, para realizar una exhibición desde teléfonos celulares, se recomienda seguir este formato. Esta propuesta está justificada por Bedoya & Frias (2004), para quienes se debe desarrollar encuadres que atiendan las limitaciones existentes sobre exhibición y producción y ofrezcan al espectador una visualización de la obra. La estética, según los autores, debe atender a las características del ambiente de exhibición. A partir de estos tiempos de duración del contenido, tenemos como ofrecer al usuario una buena visibilidad en su vista al contenido transmedia.

Realmente, el producto audiovisual vive ahora realidades distintas a como lo hacía antes de la llegada de los teléfonos celulares. Aunque sabemos que los cambios estéticos son históricos en el cine, desde su surgimiento, cambiando con la llegada de nuevos equipos, nuevos espacios y renovados hábitos de exhibición.

A partir de estos parámetros, creemos que es posible para un periodista producir sus contenidos transmedia en espacios digitales y desde dispositivos móviles. Es importante recordar que las aplicaciones existentes para el iPhone están disponibles también para iPad, y la versión 2, ya tiene incorporadas las cámaras de vídeo que pueden ser adoptadas para producción de contenidos audiovisuales y/o fotográficos para los textos. Una cuestión en contra que se ha detectado en el experimento sobre los periféricos móviles utilizados, es que no puede ser utilizado como un dispositivo 100% portátil, por su tamaño, que no siempre puede usarse sin que sea percibido por el público. Hacer reportaje transmedia es un verdadero ejercicio para la mente y, además, es un trabajo de diseño de lenguaje, y

no sólo de la construcción de contenidos informativos. Es un arte. Es un constante desafío. Pero es un desafío posible de superar y adoptar.

5 Periodismo Transmedia es una Realidad

*L*as teorías sobre documentales resultan, inevitablemente, de conceptos tradicionales del género, dada su tradición. En ese sentido, apoyamos en los paradigmas relacionados a las posibilidades de construcción narrativa y a la idea de que el documental es construido a partir de imágenes reales y estructuras cognitivas lineares, autorales y con pocas posibilidades interpretativas. De esa manera, para las corrientes conservadoras, la información sufre poca variación y, consecuentemente, mantiene de manera fidedigna la realidad a ser presentada.

Entretanto, el documental posee, históricamente, construcciones narrativas planeadas a partir de conceptos del entretenimiento, inclusive con imágenes ficcionales y/o interpretadas por actores. Se trata de un género que, a pesar de haberse popularizado a través de imágenes reales, cuenta tradicionalmente con cenas de ficción. Obviamente, esas cenas fueran justificadas por una necesidad narrativa para la construcción de un contexto o un mensaje apoyada en la realidad.

En el embate sobre ficción y realidad en el documental, destacamos las ideas divergentes de dos franceses - Metz y Odin. Mientras que Metz (1973) defendió la inexistencia del documental, contando con el argumento de que a una narrativa documental es, en realidad, la interpretación de la historia por el personaje (él interpreta, edita su historia), Odin (1984) argumenta que, de hecho, nada es ficción, ya que cada actor o actriz lleva los rasgos de carácter de su propia personalidad en su interpretación. De manera complementaria, Odin (1984) presenta un modelo ideal de documental como aquel que se aproxima al máximo posible del formato de narrativa ficcional. De acuerdo con él, la sociedad transfiere su Yo a la ficción, sus propios sueños, ya que la realidad no siempre es agradable. En este sentido, la ficción documental puede transformarse en una información divertida, definida por Nick Pelling (Renó, Américo, & Navari, 2014) como infoentretenimiento. Los autores también definen elementos clave para apoyar la gamificación. Para ellos, “la gamificación tiene tres elementos importantes. Ellos son: (1) Elementos de juego; (2) técnicas de diseño de juego y, por último, (3) contexto no-juego (Renó, Américo, & Navari, 2014, p. 16).”.

A pesar de poco usual, aunque creciente, ese formato narrativo usado para representar contextos de realidad ha ocupado espacios en el género informativo documental, especialmente en obras que proponen una reflexión contextual amplia sobre determinados temas. Obviamente, algunos contenidos no son apropiados para una narrativa distante de la realidad. Pero otras son fácilmente (y apropiadamente) apoyadas en narrativas aparentemente ficticias, y en ese contexto ganan fuerza las narrativas gamadas, presentes no sólo en el documental, sino en el propio periodismo, otra actividad informativa conservadora en el sentido de representar la realidad a través de contenidos inusuales.

Este capítulo ofrece, a partir del estudio de caso analítico, una discusión sobre el Docugame Montelab, producido por la Radio y Televisión Española - RTVE, construido a partir de una narrativa

gamada multilinguaje y con intensa investigación y visualización de datos, que ofrece al usuario inmersión reflexiva con libertad de navegación por nosotros neurales. La tendencia de la gamificación, presente no sólo en el objeto presentado por este capítulo, manifiesta una posible narrativa contemporánea, apropiada al ecosistema mediático actual, y es justificada por autores de corrientes diversas, desde los dedicados al estudio del documental (Ramos, 2009; Renó, 2011), así como estudiosos del estructuralismo (Scolari 2012; Verón, 2007) y de la comunicación contemporánea (Gosciola, 2009; Jenkins, 2009; Levinson, 2012). Se espera, con el resultado de este capítulo, compartir nuevas posibilidades narrativas para el documental de la nueva ecología de los medios, teniendo como preocupación equilibrada dos objetivos: la información y la satisfacción cognitiva del usuario.

5.1 Algoritmos y juegos

El algoritmo es una fuerte herramienta divulgada hoy en varias áreas, incluyendo en el periodismo de datos, porque se beneficia de la utilización de la base de datos a través de algoritmos de búsqueda, usados para encontrar la información deseada. Manovich (2013, p. 109) explica claramente la definición de algoritmo:

Uno de los principales usos de las computadoras digitales, desde su creación, ha sido la automatización. A partir del momento en que un proceso puede ser definido como un conjunto finito de pasos simples (es decir, un algoritmo), un ordenador puede ser programado para realizar estos pasos, sin la intervención de un ser humano. En el caso de software, ejecutar cualquier comando implica un “nivel bajo” (porque el equipo ejecuta automáticamente una secuencia de pasos del algoritmo detrás del comando). Sin embargo, lo que es importante para el usuario es el nivel de automatización ofrecido por la interfaz de comandos.

De acuerdo con Manovich (2013, pp. 168-169), se observa que la diferencia entre una “representación” (o “formato de medios”) y una “interfaz / función” corresponde a los dos puntos clave de cualquier software moderno: datos estructuras y algoritmos. Esto no es accidental. Cada herramienta incluida en la producción, edición o visualización resulta de un algoritmo que tiene uno o más datos en un determinado formato capaz de generar otro formato deseado. Por ejemplo, suponga que el medio es una imagen (formato de bitmap). Para generar una galería de fotos diferentes, un algoritmo debe procesar cada foto para ajustar un espacio determinado (esto es logrado por el cálculo de promedios de grupos de píxeles y mostrando valores menores tales instancias). Así, “el trabajo con los medios de comunicación” y aplicaciones de software significa esencialmente aplicar diversos algoritmos en los datos.

Algoritmos no son simplemente códigos, sino la estructura de un proyecto, una planta baja de una casa. Los algoritmos son una secuencia finita lógica y definida de pasos para realizar una tarea, usted podría decir que es como una receta para hacer un pastel. Puede ser realizada por máquinas o por personas. Hay varias maneras de escribir un algoritmo, algunos de ellos son:

1. Descripción Narrativa: Utiliza lenguaje natural (Jakobson, 2003) como una representación de las etapas. Normalmente, este algoritmo no es ampliamente utilizado, ya que conduce a errores de ambigüedad e imprecisión en la interpretación.

2. Pseudocódigo o lenguaje estructurado: tiene una manera de escribir similar a los lenguajes de la computadora. Este método es el más utilizado en el área de cursos de informática.
3. Diagrama de flujo: utiliza diferentes formas geométricas para representar el algoritmo.

Hoy en día, los algoritmos se construyen para hacer lo que se han programado además de incorporar nuevos procesos a él. Así, una única herramienta que se utiliza es siempre renovada. De acuerdo con Saad y Bertocchi (2012, p. 130) todo algoritmo resulta de la creación de un proceso humano, con parámetros de decisión previamente definidos con base en algún contexto de existencia de la información. El término algoritmo fue latinizado pues deriva del nombre de Al Khowarizmi, matemático árabe del siglo XIX. Sin embargo, el algoritmo es una herramienta del ecosistema mediático contemporáneo, y los medios de comunicación que aprovechan estas posibilidades ciertamente poseen resultados mejores y más dinámicos.

5.2 El documental y el entretenimiento en la web

Tradicionalmente, se considera el documental como un género de película comprometido con la realidad. Estas limitaciones, incluyendo el uso de imágenes ficticias para representar un hecho. Sin embargo, el autor desmitifica la idea, tomando como ejemplo importantes producciones documentales para responder a sus preguntas. De acuerdo con Ramos (2009), aunque el documental ofrece estructuras y conceptos definidos por varios teóricos, es un género audiovisual que anda en el campo del arte y, por lo tanto, puede situarse cerca de la frontera de la ficción, corroborando con las ideas de Odin (1984), como se describe en este capítulo, porque de esta forma es posible alcanzar mejores resultados cognitivos.

Por ser un género audiovisual de amplia actuación, el entretenimiento puede ser construido de varios procesos narrativos. Por esta razón, documentales multiplataforma disponibles en Internet obtuvieron altos niveles de inmersión y navegación, además de la capacidad de compartir en redes sociales y procesos virales. A este fin, varios recursos se adoptaron en la construcción de estas narraciones. Uno de ellos, ciertamente, lo más importante, fue la interactividad, como señaló Renó (2011), autor de uno de los primeros documentales interactivos realizados en una investigación académica aplicada. En el trabajo, el autor no sólo presenta resultados de una investigación teórica sobre el significado de la interactividad y su relación con los conceptos de montaje, como desarrolla un experimento aplicado a un grupo de 112 productores audiovisuales provenientes de 9 países. Para ello, Renó desarrolló el documental Bogotá Atómica, constituido por ocho micro documentales con historias relacionadas una con la otra, independientemente de un orden específico de visualización. Con la ayuda de una plataforma construida para el experimento, los participantes organizaban los micro documentales (o fragmentos) y construían su propio documental, a partir del concepto de que un proceso de edición es la organización y ordenación de fragmentos para dar sentido a la narrativa .

Pero la interactividad no se limita a navegar por el contenido. Puede ser extendido a la capacidad de feedback y de participación, ya sea que circula en los medios de comunicación, o por los comentarios en el propio trabajo. Los documentales contemporáneos, como “Hollow” y “Mujeres en

venta”, adoptan dentro de las posibilidades narrativas de comentarios que alteran datos estadísticos presentes en la página, permitiendo que los participantes puedan reconstruir los resultados del contenido de trabajo, aunque de una manera limitada.

Con estos ejemplos, podemos ver que el documental es un producto mixto entre el conocimiento y el entretenimiento. Esto ha sido visto no sólo en documentales en Internet, sino también en obras narrativas tradicionales que se fusionan entre ficción y realidad.

5.3 Montelab: datos, documental y game en la ecología de los medios

El docugame Montelab es un producto desarrollado por Radio y Televisión Española - RTVE para discutir la burbuja de la construcción en España y la consiguiente crisis económica que destruye el país desde 2008. En realidad, el trabajo era experimental y fue exhibido a través de varios formatos en la televisión Y en la web: lineal en la TV (video e infografías) y separada de una experiencia de entretenimiento a través del juego en la web.

Un punto a ser observado en la obra es el método de investigación previa a la producción, apoyado en la investigación de datos. La búsqueda de datos en ambientes digitales está cada vez más presente en la producción periodística contemporánea. Sin embargo, tales procedimientos no están limitados a esta actividad. La publicidad, por ejemplo, adopta de manera intensa la búsqueda de datos en el Big Data como procedimiento básico de sus actividades. Esto es visiblemente adoptado en el docugame Montelab.

El juego comienza con una presentación en vídeo explicando y contextualizando la situación económica y las razones que causaron la crisis. A partir de ahí el usuario debe definir su perfil (un gay, lesbiana o familia heterosexual), de acuerdo a la Figura 17. A continuación, usted necesita elegir entre comprar o alquilar un apartamento, pero el alquiler no está permitido en modo alguno y el juego permite Sólo comprar el apartamento. Con eso, los problemas empiezan a aparecer.



Figura 17. Elige perfil del jugador

El curioso del juego es que cada final de los flujos narrativos se ofrecen nudos neurales con

opciones para el jugador. Por ejemplo, al comprar el piso sigue la pregunta: “Después de mudarse con su familia, usted decide hacer una fiesta de inauguración y opta por preparar en casa:

1. De compras en el puesto de conveniencia del barrio,
2. Tomar el coche e ir al centro comercial,
3. Llamar y pedir comida a domicilio.



Figura 18. Nudos neurales con la cuestión

A partir de los nudos neurales, surgen contenidos diversos que construyen la narrativa informativa del documental. Tales contenidos pueden surgir a partir de videos, audios, infografías, textos o incluso fotografías y contenidos mixtos. Esto demuestra el contenido transmisible del mismo, que se apoya totalmente en una experiencia gamada.

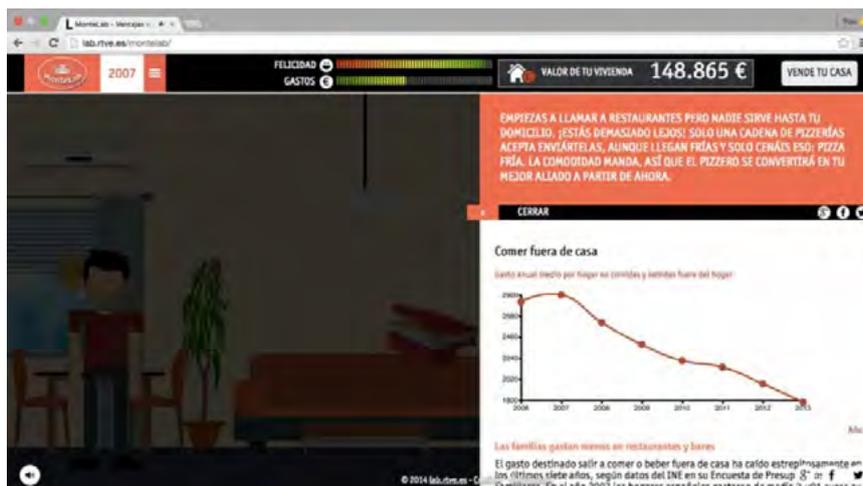


Figura 19. Infografía sobre el alto costo de comer fuera de casa



Figura 20. Video con entrevista y debate

Finalmente, en cada momento del juego, tenemos una línea con el nivel de felicidad y gastos. Cuanto más juegue, tenemos menos felicidad y surgen más gastos. Además, usted puede vender la casa en cualquier momento, pero si la venta tarda en ocurrir el valor destacado baja, es decir, el dinero se pierde.

El documental es una experiencia virtual de lo que ocurrió a una considerable proporción de los españoles en el movimiento de la economía burbuja en el país. Aunque el asunto se presenta con humor y entretenimiento necesario, sin duda, el participante puede tener una experiencia interactiva de alto nivel, ya que ofrece la oportunidad de reflexionar sobre el problema, existente hasta los días actuales en España. Podemos considerar que Montelab es una inmersión en la realidad española. Esto es una característica de los videojuegos contemporáneos - inmersión casi real - pero no era común ver este tipo de narrativa en contenido informativo. Esto demuestra un expresivo cambio del ecosistema mediático contemporáneo, especialmente en el campo del documental, tradicional género (el primero en ser creado) que tiene como propuesta fundamental la de informar o provocar reflexiones sobre algo.

Para algunos investigadores, la diferencia entre el conectado y el desconectado es largo, y aún más expresiva en el campo de las noticias. Esta brecha es menor cuando el contenido es divertido, pero cuando el asunto es complicado todo es noticia. Entonces, una solución puede ser la de apoyar los mapas de información interactivos, presentes en periodismo desde hace siglos y que resiste a tiempo, porque su lenguaje es simple y leyendo su información está basada en el entretenimiento en gamificación. Los mapas interactivos son pedazos de la historia humana. La conquista de América, por ejemplo, eran mapas registrados en un momento en que informaciones e inscripciones eran limitadas. La idea era construir imágenes de un proceso de comunicación existente en el momento, con ilustraciones para la sociedad de la época que tenía poca capacidad de lectura. Es importante recordar que la invención de la prensa por Johan Gutenberg en el siglo XV, fue criticada porque pocas personas sabían leer.

Si continuamos en el campo de definiciones complejas o desconocidas, el término gamificación descubrió que, aunque a menudo es tomado por los medios de comunicación contemporáneos,

todavía es poco comprendido. Para ello, es necesario primero llevar el juego como una estructura narrativa para varios usos y, a partir de ahí, analizar el significado de gamificación, traducido al castellano de la palabra gamificación y al portugués como gamificação.

Los investigadores brasileños Renó, Américo y Navari (2014) comentan que la comprensión de la gamificación es compleja porque existen varias definiciones, así como aplicaciones en varios campos. Fue adoptado por primera vez en 2003 por el investigador británico y jugador Nick Pelling, durante el desarrollo de interfaces para dispositivos de juegos electrónicos. Entre las diversas áreas que adoptan la gamificación, podemos enfatizar la educación, la publicidad y el periodismo como las de importantes vocaciones.

Los procedimientos de investigación de datos están presentes de manera intensa en la construcción de este docugame, lo que transforma la narrativa en una oferta compleja de informaciones, además de la esperada complejidad estructural. Esto fortalece la amplitud de tales procedimientos, originalmente considerado para el periodismo de datos, pero que puede ser ampliado para diversos campos del conocimiento. Además, la complejidad y la amplitud de resultados fortalecen la adopción de la narrativa gamada para la mediatización de sus datos.

Ciertamente, la gamificación está obteniendo visibilidad especial. Sin embargo, no es algo nuevo, pues hay ejemplos de juegos en la construcción de noticias, como se muestra en Renó, Américo y Navari (2014, p.16). En cualquier caso, el fenómeno se refuerza actualmente, gracias a las tecnologías digitales. Esto se puede ver en los resultados presentados por esta investigación, y, ciertamente, se puede encontrar en otros ejemplos prácticos de periodismo contemporáneo. Con la explicación de estos términos y condiciones podemos considerar el docugame Montelab como contenido informativo y de entretenimiento, simultáneamente.

6 Laboratorios de Medios en la Construcción Transmediática

Desde que en 1985, el Massachusetts Institute of Technology (MIT, en sus siglas en inglés) pusiera en marcha el MIT MediaLab, el laboratorio de medios donde la tecnología ha sido, al mismo tiempo, herramienta y objeto de la investigación, la importancia de los medialabs en las facultades de comunicación ha ido *in crescendo*.

Los laboratorios de medios – o Medialabs- tienen una vida corta, incluyendo los experimentos sobre narrativa Transmediática que ya realizan los más especializados, su estructura varía con rapidez por lo que nuestro propósito es indagar con una mayor profundidad sobre la definición del término así como establecer unas conclusiones que atisben la posible evolución a corto y medio plazo de los laboratorios de medios.

Internet nos ha traído un flujo sin precedentes de noticias e información. Diversos estudios e investigaciones demuestran que el cambio en el ecosistema de medios es inminente, por lo que los medios y el periodismo se encuentran en una fase de incertidumbre y expectación.

Por su parte, los centros y escuelas de periodismo en donde se forman los estudiantes juega un papel crucial en la adaptación de los medios y en la formación de nuevos perfiles profesionales. Por ello, una medida que se viene promoviendo en el entorno universitario es la creación de unidades especializadas o laboratorios de medios periodísticos, conocidos como medialabs.

Un ejemplo de esto, lo vemos en la propuesta hecha por la Fundación Nieman de la Universidad de Harvard, que publica un blog que lleva por título “The Nieman Journalism Lab”, cuyo lema es bastante elocuente: “es un intento por ayudar al periodismo a descifrar su futuro en la era de la Internet”.

En la misma línea de la investigación sobre medios, pero a gran escala, se crea el MIT MediaLab. El MIT Medialab se define a sí mismo como “el lugar donde el futuro se vive, no se imagina. En un mundo donde los avances técnicos están incorporándose, los investigadores del Media Lab diseñan nuevas tecnologías que ayuden a la gente a crear un mundo mejor.

Las investigaciones que realizan instituciones y centros de investigación como el MIT Medialab abordan el entorno de los medios y del periodismo que, como disciplina del conocimiento y como reto profesional, es necesario responder a diferentes variables: ¿Cómo las nuevas tecnologías pueden ayudar a mejorar las formas de comunicación? ¿Por qué la tecnología es beneficiosa para los nuevos profesionales del periodismo?, ¿Qué narrativas podemos desarrollar en el entorno multimedia? ¿Cómo podemos crear estructuras y narrativas transmediáticas?, etc.

La Red implica una era de cambios y transformaciones. La profesión periodística y los medios de comunicación son los primeros afectados por estos cambios vertiginosos, partiendo desde el

propio concepto de periodismo. Estamos ante una auténtica globalización de la información. Preocupados por una perspectiva de constante innovación tecnológica y promoción de una cultura de red (cibercultura) que debe implantarse en los medios y empresas de comunicación, grupos de universidades e instituciones trabajan con el objetivo de poner en marcha proyectos que redunde en beneficio, no sólo del periodismo sino también de los profesionales y estudiantes de comunicación.

Una de las estrategias para lograr el desarrollo y la innovación en los medios de comunicación y en la formación de especialistas en narrativas Transmediáticas se da con la puesta en marcha de laboratorios de medios en donde se establece la participación de la universidad, empresas, organizaciones profesionales, instituciones y organismos públicos y privados. La crisis bicéfala (económica y del sector) afecta a todos los entornos relacionados con los medios de comunicación, por lo que urge diseñar nuevas estrategias desde la universidad lo que supone poner en marcha laboratorios de investigación aplicada, en suma, de Medialabs.

Los Medialabs se definen como entornos colaborativos de investigación y desarrollo de la convergencia de las nuevas tecnologías. Abarcan varios campos del conocimiento -como la informática, las comunicaciones, las nuevas tecnologías de la información, las ciencias sociales, la economía o el arte - y son laboratorios de ideas creados por universidades y centros de investigaciones para instituciones, empresas y agencias públicas y privadas. (Flores, 2011)

Muchas de las innovaciones que han producido los Medialabs han afectado, directa o indirectamente, a la profesión del periodismo. Los Medialabs periodísticos suelen ser difundidos a través de foros de discusión acerca de cómo la convergencia afectará a la profesión y qué nuevas tecnologías serán las que marquen las pautas de actuación en los próximos años. Las tecnologías, cuando se inventan o se crean, no se hace pensando en el periodismo. Y eso ha venido pasando desde el invento de la imprenta, donde se juntaron dos tecnologías: la prensa y los tipos móviles. Cada vez más tecnologías, como la telefonía móvil o recursos de internet, son aplicadas al desarrollo del nuevo periodismo. Entre esas tecnologías también podemos destacar el aspen movie map, embrión tecnológico de lo que luego sería Google Maps - una nueva herramienta aún por explotar por parte de los medios -, y el LigNite, un motor de búsqueda híbrido que permitirá buscar información a través imágenes (no sólo texto, como hasta ahora) permitiendo un acceso a la información más amplio y completo.

Asumiendo nuevos retos, los laboratorios de medios están emergiendo en el seno de las universidades, en algunos casos, con patrocinio de instituciones o medios de comunicación. Dada la particularidad de cada uno de los laboratorios de medios, algunos son promovidos por instituciones, universidades y medios, en donde se aglutinan, genéricamente, los de periodismo, tecnologías, multimedia o audiovisual y con gran influencia en el entorno digital.

6.1 Medios híbridos con narrativa transmedia creados en medialabs

un ejemplo de Medialabs para la investigación aplicada del periodismo en internet y narrativa transmediática es el Laboratorio de Medios Interactivos Digitales Avanzados (Internet Media Lab) de la Universidad Complutense de Madrid, un programa que tiene por finalidad desarrollar investigación, análisis, tendencias y prospectiva de los medios de comunicación y su adaptación a las nue-

vas formas interactivas que demanda la Sociedad de la Información. En base a las investigaciones desarrolladas, el Internet Media Lab se perfila como centro de pruebas de los nuevos medios a la par que elabora programas de formación y entrenamiento especializado y profesional para periodistas de España y Latinoamérica (por coyuntura idiomática) e intercambia con investigadores de EE.UU. y Europa.

Entre los entornos en los que trabaja el Internet Media Lab, se basan en la creación y desarrollo de narrativas multimedia, utilizando diferentes recursos que proporciona la red. Uno de esos entornos se focaliza en la creación de mashups con narrativa transmediática.

Un mashup consiste en una aplicación web que utiliza recursos de más de una fuente para crear un servicio completo. La palabra mashup podría traducirse como “remezcla”. Es una aplicación híbrida que utiliza contenido de varias aplicaciones web para crear algo nuevo, una mezcla interesante de contenidos. Como los mashup combinan información y los servicios de múltiples fuentes, son fáciles y rápidos de desarrollar, siempre y cuando se cuente con una herramienta como Yahoo! Pipes o PopFly de Microsoft. Tampoco son muy costosos y para crearlos no se requiere de inversión elevada.

Los mashups permiten combinar información que ya está disponible en diversas páginas web, pero la importancia o el valor de un mashup no está en el contenido ofrecido, sino en la manera de presentarlo mediante una nueva interfaz que refleja la creatividad y el ingenio del creador. Un mashup debe presentar una interfaz ágil y muy práctica, de fácil navegación y usabilidad y presentar al usuario información de mayor calidad y cantidad, mediante la “mezcla” de diversas fuentes. Las empresas periodísticas y no periodísticas están empezando a darse cuenta de la importancia de los mashup, siendo su máximo exponente Google con su Google Maps (la aplicación que más mashups tiene). La idea es simple, Google ha puesto a disposición de la comunidad de Internet un servicio de mapas online (Google Maps) y lo ha abierto a través de APIs para que cualquiera pueda desarrollar aplicaciones sobre él.

Pero no solo Google apuesta por los mashups, hay muchas mas empresas de Internet que apuestan por esta filosofía como eBay, Microsoft (con Windows Live), Yahoo!, Youtube, Flickr o Amazon.com, por poner algunos ejemplos. De ahí que existan mashups de múltiples servicios, de mapas (Google Maps), de fotos (Flickr), de compras (Amazon), de videos (Youtube). Crear un mashup puede ser cuestión de minutos, incluso una sola persona puede crearlos.

Las API (o Interfaz de Programación de Aplicaciones por sus siglas en inglés) más populares son de las compañías anteriormente mencionadas de internet. Los mashups siempre están compuestos de tres elementos:

1. Una fuente de contenidos e información. Estos pueden estar disponibles vía una API o bien mediante otros protocolos web como RSS.
2. Un sitio mashup: La aplicación web que provee y hospeda el servicio usando diferente información de la que no es dueña.
3. Una interfaz de usuario del mashup: a través de un browser, en una aplicación web, el contenido puede ser mezclado por un navegador cliente usando el mashup.

Dada la tendencia del ciberperiodismo, uno de los objetivos del Internet Media Lab, como la-

laboratorio de medios interactivos y de investigación aplicada, es crear modelos de mashups que ayuden a configurar una nueva forma de proporcionar la información a los usuarios.

6.2 Valoración crítica de los medialabs y sus resultados obtenidos

Diversos estudios demuestran como los laboratorios de medios, cada día, van copando una mayor relevancia tanto en el mundo académico como en las empresas informativas. Cada vez son más las universidades que incorporan la apertura de un Medialab propio para facilitar el aprendizaje de sus alumnos, muchos de los cuales acaban desarrollando nuevas aplicaciones o investigando en este campo tecnológico. Los medios de comunicación, aunque en menor medida, también van adaptando estos laboratorios para potenciar la relevancia del medio en el mundo digital, ya que consideran que desarrollar aplicaciones novedosas o adaptarse a la demanda del público es esencial para seguir siendo competitivo.

Tras el estudio realizado por el grupo de investigadores del Internet Media Lab, que da fe de la importancia y funcionalidad de los laboratorios de medios por parte de las universidades e instituciones, para lo cual, en dicho estudio se ha contactado con expertos o directores de laboratorios de medios de universidades internacionales, se ha creado el blog Internet Media Lab como soporte divulgativo del estudio sobre medialabs para el desarrollo de la comunicación transmediática.

Como conclusión del estudio, se destaca que los laboratorios son una parte importante en la formación académica tanto de estudiantes de periodismo como periodistas en el ejercicio de su profesión. Los artículos publicados en los sitios como el Internet Media Lab tienen en su mayor parte la finalidad de dar a conocer la actualidad más inmediata respecto a las aplicaciones tecnológicas disponibles para usar en cualquier empresa informativa. Otra parte importante de los medialabs incide en el desarrollo experimental de nuevas aplicaciones que mejoren el intercambio de la información, o en el uso de otras aplicaciones como canales de información del medio, como el uso de las redes sociales, gestores de información, intercambio de enlaces, convertir videojuegos como Second Life como medios o el uso de la tecnología de Google Maps, para el desarrollo del periodismo de datos.

Es importante incidir en el uso de la programación informática por parte de los profesionales de la comunicación. El uso de bases de datos y el conocimiento de los nuevos lenguajes de programación, serán necesarios para poder adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos y ofrecer al potencial lector, todas las aplicaciones posibles para que acceda a la información que se le ofrece. En este contexto, ha surgido un potencial perfil profesional conocido como periodista de datos o creador de mashups.

Muchos laboratorios tienen presencia online y se dedican a instruir a los profesionales del periodismo en las nuevas habilidades que deben tener para poder desarrollar su trabajo en el mundo de las nuevas tecnologías de la información. En el web site pueden encontrarse muchos recursos gratuitos para explicar cómo deben trabajar los periodistas multimedia. Los laboratorios buscan explorar las nuevas formas del periodismo basando sus líneas de investigación en la convergencia - texto, audio, fotografía e imagen en movimiento -y la simbiosis entre periodismo y los sistemas de información (bases de datos online).

En este sentido los Medialabs son nichos de investigación aplicada y de pruebas para indagar en los nuevos fenómenos que trae internet y otras tecnologías, como es el caso de las narrativas Transmediáticas aplicadas al periodismo.

Consideraciones

En lo tiempos actuales, investigar sobre Periodismo es una cuestión cada vez más necesaria –y, en algunos casos, imprescindible– pues, aunque existan técnicas y teorías (desde hace tiempo ya) establecidas, el periodismo vive cambios constantes, como consecuencia del desarrollo social, cultural, económico y tecnológico. Investigar sobre Periodismo Transmedia es algo aún más importante, puesto que el campo de la transmediación viene siendo analizado desde hace algún tiempo por investigadores académicos. Sin embargo, en el ámbito (del periodismo) profesional parece no haber tanta preocupación, aún siendo cada vez más necesario definir como producir contenidos para una sociedad cada día más *trans*, es decir, cada vez más apoyada por un lenguaje multimedial y multicanal. En este sentido, es importante que, en función a estos cambios, el Periodismo deba empezar a “hablar” con el idioma postmoderno que obliga lo transmedia, sino quiere ver desmembrada su fuerza profesional, social e institucional.

De igual forma, comprender como se hace el reportaje transmedia es un paso adelante en el estudio de este tema, puesto que el reportaje es uno de los géneros más ricos del periodismo, como afirman los diferentes teóricos citados, lo que requiere de un estudio más avanzado de la práctica periodística. Si conocemos el lenguaje de producción de contenido transmediático, estamos cerca de producir reportajes periodísticos apoyados por este lenguaje, lo que justifica la selección por este género.

La aldea global, en el contexto proporcionado por McLuhan, ha cambiado a un entorno *glocal* (acrónimo de Local y Global). Una aldea donde los jefes pueden ser los propios indígenas. Una aldea donde la palabra tiene repercusión a partir de sus fuentes de información. Una gran aldea formada por miles de millones de micro aldeas que comparten intereses y conocimientos. Una trama de grupos interrelacionados e interconectados a partir de canales de redes sociales y atentos a las informaciones de sus integrantes. Una nueva era de la comunicación, donde los “dinosaurios” de este entorno que no se actualicen, simplemente, morirán profesionalmente o en el mejor de los casos, podrían ser defenestrados de su exiguo poder. Y, por el contrario, los que busquen una actualización de sus lenguajes, procesos y medios, podrán sobrevivir en una sociedad en donde la palabra ahora es compartida (P2P), así como el conocimiento, la cultura, el arte, la tecnología y el poder.

El objetivo de realizar este estudio ha estado motivado, principalmente, por percibir que los procesos narrativos viven cambios profundos. Hemos sentido la necesidad de buscar explicaciones y tendencias sobre el tema. No somos tecnocéntricos. Somos periodistas que creemos en la tecnología como una fascinante posibilidad instrumental para desarrollar un nuevo tipo de periodismo de narrativa transmedial. Conocer lo que pasa en la relación periodismo y tecnología, debe constituirse en una filosofía de vida de los periodistas digitales y de los periodistas en general. Si queremos seguir

siendo omnipresentes en el nuevo entorno de los medios, tenemos que comprender la tecnologías en todos sus aspectos.

En este contexto, proponemos unas reflexiones partiendo de conceptos teóricos, puesto que no existe práctica sin teoría. Por lo tanto, ha sido necesario comprender y abordar algunos temas como los avances de la sociedad en materia de acceso tecnológico, uso de distintos lenguajes, el concepto de reportaje, la narrativa transmedia y, por último, poner en práctica los conceptos estudiados a partir de entornos virtuales. Así, fue posible evaluar la propuesta y hacer los cambios necesarios para su aplicabilidad. No apostamos por un tipo de periodismo en las manos de quien no tiene preparación, formación y conceptos éticos de la profesión, aunque, por otro lado, somos conscientes que pasar por una Facultad de Periodismo, no significa necesariamente, seguir los principios éticos de la profesión. Además, la democratización de la información propone que es necesario tener espacio para todos los discursos, todas las narrativas y las fuentes. Por este motivo, creemos que el Periodismo transmedia puede ser una buena salida profesional que, sin ser comprendida del todo, es ya una realidad.

Como se ve a lo largo de los apartados descritos, antes de empezar los análisis reflejados en este estudio, fue necesario definir algunas cuestiones del mismo. Estos fueron fundamentales para comprender la producción de reportajes con narrativa transmedia a partir de teléfonos celulares, así como cuestionamientos que engloban desde problemáticas relacionadas al lenguaje estético hasta cuestiones pertinentes a la tecnología existente.

Desde el planteamiento inicial, una primera pregunta hacía referencia a la viabilidad de producir un reportaje en su totalidad desde teléfonos celulares. El estudio da por confirmada nuestra hipótesis: sí, es posible y, considerablemente, viable producir contenidos periodísticos utilizando dispositivos inalámbricos de telefonía móvil. El dispositivo es de sencillo manejo y posibilita la producción de contenidos de calidad estética aceptable. Con el lenguaje periodístico, el contenido final puede ofrecer al lector/usuario mensajes de calidad.

Sobre la incógnita de cómo debe ser el lenguaje de los reportajes, la respuesta viene dada porque el contenido debe ser variable en el discurso, así como, la utilización de diversas plataformas comunicacionales. Es decir, video, fotografía, texto, animación y audio (cuando sea necesario), en donde cada uno de ellos elabore su propio mensaje. Al final, la composición interpretativa de los contenidos proporciona una expresiva calidad informativa y/o de opinión en el reportaje. El concepto del colectivo de fragmentos en la construcción del contenido es lo que hace que el formato tenga resultado comunicacional.

El método propuesto también orienta en la construcción de la narrativa transmedia, por lo que percibimos que es viable y posible su adopción en el periodismo. Además, los pasos que se siguen para la comunicación contemporánea dejan la transmediación como elemento fundamental para desarrollar el proceso de la comunicación, pues los lectores, cada día más responsables por la circulación de la información en los medios a través de sus redes sociales, hacen que sea fundamental la construcción de la información a partir de múltiples lenguajes y plataformas obteniendo una interpretación final, en muchos casos, de carácter interactivo. Es decir, que obtenemos el resultado de un proceso interpretativo y de navegación por los distintos canales en que la información puede ser presentada.

La arquitectura del enunciado informativo en el Periodismo transmedia debe hacerse, según la propuesta que se aborda en el capítulo IV. Es decir, seguir el concepto de Flujograma Algorítmico

Circular Rizomático, haciendo que todos los contenidos sean complementarios y no excluyentes o sustituidos. Además, es importante ofrecer una posibilidad de selección por parte del lector/usuario, quien puede decidir si mira todo el contenido ofrecido o si acompaña sólo una parte. Esta opción debe ofrecer información suficiente para que pueda comprenderse la narración de la historia en la información publicada, ya que el contenido es periodístico y no de entretenimiento.

Otra característica necesaria en el contenido es que esto debe ser producido totalmente a partir de dispositivos de comunicación móvil, preferentemente, un teléfono celular. La movilidad se ha convertido en una necesidad presente en la comunicación contemporánea, y hace parte del concepto de transmediación, así como la circulación de la información a partir de redes sociales y la blogosfera, plataformas fundamentales, utilizadas en este estudio y con una gran tendencia en el campo de la información, puesto que como afirma Dan Gillmor, “nosotros, somos los medios”. Es evidente que los ciudadanos son los medios y tienen los contenidos mediáticos en sus manos. Por ello, el periodista debe tener en cuenta este emergente precepto, y a partir de ahí, producir y hacer circular la información.

Consideramos que es necesario desarrollar la práctica, pues este tema aún está en sus primeros pasos. La producción de reportajes transmedia es algo innovador, pero todavía incipiente. Es necesario conocer y practicar en los medios el lenguaje propuesto, para que tenga un proceso evolutivo de acuerdo con las posibilidades de estos medios y de sus estructuras tecnológicas y de público. Además, debemos, igualmente considerar, que el proceso tendrá una evolución de acuerdo con las posibilidades narrativas, tecnológicas y las necesidades propuestas por la sociedad en su evolución socio-comunicacional.

Es importante que los periodistas practiquen el método, así como aprender a utilizar los equipos de telefonía celular y de comunicación móvil, como los *tablets* y otros Gadgets. Los grandes grupos y conglomerados de comunicación, como la Rede Globo (Brasil); The New YorkTimes Co. (EE.UU) o el Grupo Prisa (España) apuestan por este modelo como una estrategia para el futuro de sus negocios. Para ello, algunos grupos empiezan a apoyar a sus trabajadores en proyectos de creación de blog y en el uso de Twitter. Un ejemplo de esto es la participación del periodista Tiago Leifert en su Twitter personal, con una considerable libertad de expresión frente a temas relacionados en su programa deportivo diario. Además, en los primeros meses de 2011, la emisora de televisión (principal segmento del conglomerado Rede O Globo, que cuenta con actividades también en radio, internet, editorial y cine) planteó un libreto para distribución entre los trabajadores del Departamento de Periodismo para enseñarles a utilizar el iPhone 4 como herramienta de producción periodística. Esto significa que ahora la emisora tiene reporteros por las calles, quienes, incluso en sus ratos personales, están siempre aptos para producir contenidos para su grupo. Los trabajadores de este grupo, han recibido ayuda para la financiación en la compra de equipos móviles.

Por otra parte, los laboratorios de medios son una realidad en la creación de modelos y nuevos lenguajes para la producción de noticias, en la que se incluye la narrativa transmedia. Por ello, los Medialabs, dedican una gran parte de sus investigaciones a indagar sobre las nuevas formas de acceder a los diferentes medios de comunicación y a crear nuevos modelos narrativos multimediales e hipertextuales. De ahí que el uso de nuevas aplicaciones tanto para videojuegos, redes sociales, RSS, etc., como el uso de la telefonía móvil, adaptación a los nuevos tipos de pantalla panorámicos,

el uso de Internet a través de la televisión, con narrativas transmedia, encuentran un terreno fértil en los Laboratorios de medios.

Creemos que el desarrollo de los laboratorios de medios en el futuro será esencial para estar a la vanguardia en el uso y aplicación de la tecnología informativa. La puesta en marcha de los laboratorios de medios por parte de las universidades, como el caso descrito del Internet Media Lab en la Universidad Complutense de Madrid, consolida la idea de que en Periodismo y Comunicación es posible realizar investigación aplicada y experimental bajo un modelo interdisciplinario en su estructura. Y el ejemplo se visualiza con el desarrollo del Periodismo Transmedia.

Este no es un estudio concluyente y tampoco tiene esa pretensión. La idea es comprender lo que está pasando en la Sociedad de la Información y la Comunicación y proponer una forma de trabajo para estudiar lo que puede ser una tendencia de sus procesos evolutivos. Por todo esto, es necesario entender los cambios que pasan en el periodismo a partir de una narrativa cada día más participativa, expandida y de circulación entre los usuarios, cambios que el mundo de los medios ya vive. Por este motivo, nuestra propuesta persigue que otros investigadores encuentren alguna base que les permita seguir estudiando los fenómenos comunicacionales por los cuales nosotros, periodistas y/o ciudadanos, venimos pasando.

Desde Marshall McLuhan hasta los teóricos como Dan Gillmor, Henry Jenkins, George Landow, Carlos Scolari, José Luis Orihuela, José Canavilhas, Tim O'Reilly, Marc Augé, Lev Manovich, Zygmunt Bauman, Manuel Castells, Mariano Cebrián, Vicente Gosciola, Lorenzo Vilches y los autores del estudio, Jesús Flores y Denis Renó, entre otros, ya se dedican a investigar y difundir la comprensión de la narrativa transmedia. Pero, en tiempos de democracia del conocimiento, dejar esta responsabilidad sólo en las manos de los estudiosos citados, no es correcto y tampoco justificable. Por ello, proponemos que este estudio continúe como una fuente de experimentos y que nuevas vertientes sean descubiertas y estudiadas, pues la Ciencia no es una verdad absoluta y tampoco eterna. Los cambios sociales promueven nuevos cambios y los resultados de estos cambios serán la semilla de otros nuevos cambios. Hoy vivimos cambios que llevan a la sociedad a procesos totalmente participativos. Claro que no todos querrán participar, y tampoco los que quieren una participación buscan estos procesos democráticos todo el tiempo. Algunas veces no queremos pensar, no queremos opinar, no queremos liderar. Simplemente, queremos ser actores pasivos, por lo que para estos momentos, existirán los espacios para las narrativas convencionales, las cuales existen desde que el mundo es mundo.

Una realidad si tenemos hoy: los ciudadanos adquieren, cada vez más, *status* de "medios". Por tanto, cambiar el *status* de periodista hacia un arquitecto periodista, es una necesidad que crece entre los profesionales de la información. No basta sólo con saber que es noticia o saber encontrar el *lead* de la información. Ahora, es necesario definir los nuevos caminos para la construcción de la noticia, o mejor dicho, definir como debemos hacer la representación del contenido noticioso para un grupo creciente y cada día más expresivo entre el público: la sociedad transmedia.

Para saber de este crecimiento, sólo habría que preguntar al ciudadano: ¿Está en la calle? ¿Tiene un teléfono celular conectado a internet? ¿Posee un blog? Si las respuestas son positivas, entonces estamos ante un posible medio. Un transmedia.

Referencias Bibliográficas

Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Madri: Gedisa.

Bakhtin, M. (1997). *Estética da Criação Verbal*. (2a ed.). São Paulo: Martins Fontes.

Bakhtin, M. (1986). *Marxismo e filosofia da linguagem*. (3a ed.). São Paulo: Editora Hucitec.

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida* (P. Dentzien, Trad.). São Paulo: Jorge Zahar Editores.

Bedoya, R & Frias, I. L.. (2003). *Ojos bien abiertos: el lenguaje de las imágenes en movimiento*. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial.

Briggs, A. & Burke, P. (2004). *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. São Paulo: Jorge Zahar Editora.

Cambra González, T. (2007). La Web 2.0 com a distopia en la recent Internet. *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 11. Recuperado de http://www.google.com.br/search?q=%22anomenat%22+significado+em+portugu%C3%AAs&hl=pt-BR&rlz=1T4SKPB_pt-BRBR239BR239&sa=2

Canavilhas, J. (2006). *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Covilhã: BOCC – Biblioteca Online de Ciências de Comunicação. Recuperado de http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Cebrián Herreros, M. & Flores, J. (Eds.). (2007). *Blogs y periodismo en la red*. Madrid: Frágua.

Cebrián Herreros, M. & Flores, J. (2007). *Periodismo en la telefonía móvil*. Madrid, Fragua.

Chaparro, M. C. (1998). *Sotaques d'aquém e d'além mar – Percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro*. Santarém: Jortejo.

Cuningham, W. & Leuf, B. (2001). *The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web*. Reading: Addison-Wesley.

- Estaella, A. (2006). La construcción de la blogosfera: yo soy mi blog. En J. M. Cerezo (Ed.), *La Blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*, Fundación France-Telecom España.
- Esteve R., F. & Moreno Espinosa, P. (2010). Los blogs especializados en la prensa digital. En M. Cebrián Herreros (coord.), *Desarrollo del periodismo en internet*. Madrid: Comunicación Social.
- Feldman, T. (1995). *Multimedia*. Londres: Blueprint.
- Flores, J. (2011). *BlogUniversidad*. Serv. Pub. Fac. CC.II. UCM, Madrid.
- Flores, J. (2011). *Reinventar el Periodismo y los Medios*. Madrid, Fragua.
- Flores, J. (2011). La importancia de los *Medialabs* para la investigación aplicada con tecnologías emergentes. Estudio de caso: creación de mashups. *Congreso Periodismo en Red*. Madrid, España.
- Flores, J. (2010). Periodismo a través de periféricos móviles. M. Cebrián Herreros (coord.), *Desarrollo del periodismo en internet*. Madrid: Comunicación Social.
- Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.
- Gosciola, V. (2014). Narrativa transmídia: conceituação e origens. En C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola (Eds.), *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial UOC.
- Gosciola, V. (2008). *Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas*. São Paulo: Editora SENAC.
- Halperín, J. (2008). *La entrevista periodística*. Buenos Aires: Aguilar.
- Islas, O. (2007). Internet y la obligada remediación de la televisión. *Revista Mattered Primma: Revista de pesquisa dos cursos de Comunicação Social – Jornalismo e Publicidade – das Faculdades COC, 1*, 11-22. Ribeirão Preto, SP, Brasil
- Jakobson, R. (2003). *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe.
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video. Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.

- Kindermann, C. (2002). *O estudo dos gêneros do jornal: o caso da reportagem. Encontro do CELSUL*, 5. Curitiba, PR, Brasil.
- Kristeva, J. (1998). *História da Linguagem*. Lisboa: Edições 70.
- La Ferla, J. (2007). Cine: hibridez de tecnologías y discursos. En J. La Ferla, *El medio es el diseño del audiovisual*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.
- Lage, N. (2001). *A reportagem – teoria e técnicas de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Landow, G. (1995). *Hipertexto – la convergencia de la teoría crítica contemporánea y el hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Levy, P. (1999). *Cibercultura*. (trad. C. I. da Costa). São Paulo: Editora 34.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Nueva York: Pinguim.
- Li, C. & Bernoff, J. (2009). *Fenômenos sociais dos negócios*. São Paulo: Campus.
- Machado, E. (2006). *O jornalismo digital em base de dados*. Florianópolis: Calandra.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. New York/London: Bloomsbury.
- Manovich, L. (2007). El cine, el arte del index. En La Ferla, J., *El medio es el diseño del audiovisual*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós comunicación.
- Martínez Albertos, J. L. (1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Editorial Mitre.
- McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*. (18a ed.) São Paulo: Cultrix.
- McLuhan, M. (2005b). *McLuhan por McLuhan* (S. McLuhan & D. Staines - Orgs.). Rio de Janeiro: Ediouro.

- McLuhan, M. & Powers, B. R. (1991). *La Aldea Global*. Guanajuato: Gedisa Mexicana.
- Metz, C. (1973). Christian. *Lenguaje y cine*. Barcelona: Planeta.
- Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- Muñoz, J. J. & Gil, C. (1994). *La radio: Teoría y práctica*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Navarro, V. (2010). *Sites of convergence: an interview with Henry Jenkins*. *Revista Contracampo*, 21. Recuperado en <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/77/5>.
- Negroponte, N. (1995). *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Odin, R. (1984). *Film documentaire, lecture documentarissante: cinemas et réalités*. CIEREC Paris: Université de Saint-Étienne.
- Orihuela, J. L. (2011). *Mundo Twitter*. Barcelona: Alienta editorial.
- Orihuela, J. L. (2004). eCommunication: the 10 paradigms of media in the digital age. En R. Salaverría & C. Sádaba (Eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organizations and Audiences*, Pamplona: Ediciones Eunete.
- Peruzzo, C. (2006). Observação participante e pesquisa-ação. In J. Duarte & A. Barros, *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Ramos, F. (2009). *Mas...afinal, o que é documentário?*. São Paulo: Senac.
- Renó, D, Américo, M., & Navari, S. (2014). Interfaces de notícias táteis em conteúdos gamificados contemporâneos. *Revista Latino-americana de Jornalismo – Âncora*.
- Renó, D. (2011). *Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Tenerife: Editora ULL.
- Renó, D. & Mier, C. (2010). Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos. *Revista Palabra Clave*, 12, 207-214.
- Renó, D. & Renó, L. (2009). O algoritmo como filosofia da linguagem interativa. *Memorias de la VII Bienal Iberoamericana de Comunicación*. Chihuahua, Anais eletrônicos.

- Renó, D. (2007). *YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, 434-443. La Laguna (Teerife): Universidad de La Laguna. Recuperado de http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm
- Renó, D. (2006). *Características comunicacionais do documentarismo na Internet: estudo de caso site Porta Curtas*. (Dissertação). FACOM – UMESP, São Paulo, SP, Brasil.
- Richardzon, R. J. (2007). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Editora Atlas.
- Saad, E. & Bertocchi, D. (2012). A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. *Revista Matrizes*, 5(2). Recuperado en <http://www.matrizes.usp.br/>
- Salaverría, R. & Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona, Sol90, 2008
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativa transmedia – donde todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusdo.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. A. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Shoemaker, P., Vos, T., & Reese, S. (2009). Journalists as Gatekeepers. En K. Wahl-Jorgensenahl & T. Hanitzsch (Orgs.). *The handbook of Journalism studies*. Nova Iorque: Routledge.
- Stumpf, I. R. C. (2006). Pesquisa bibliográfica. In J. Duarte & A. Barros (Eds.) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. (2a ed.). São Paulo: Atlas.
- Traquina, N. (2001). *O estudo do Jornalismo no século XX*. Porto Alegre: Editora Unisinos.
- Ulibarri, E. (1994). *Idea y vida del reportaje*. México: Trillas.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Loyola.
- Wiener, N. (1956). *Cibernética e sociedade – o uso humano de seres humanos*. São Paulo: Cultrix.
- Yanes, R. (2004). *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Editora Fragua. Madrid.

Yin, R. (2002). *Estudo de caso*. Porto Alegre: Bookman.

Anexos

red periodista: Vida de foca é legal http://redperiodista.blogspot.com/2010/03/vida-de-foca-e-lega...

Seguir Compartir Informar sobre este sitio Siguiendo blogs denis.porto.reno@gmail.com Nueva entrada Diseño Bate



red periodista

movilidad, investigación y información

JUEVES 23 DE MARZO DE 2010

Vida de foca é legal

A vida de foca parece difícil, mas não é. As oportunidades existem de verdade, e uma área promissora é o webjornalismo. Para falar a respeito entrevistamos o jovem webjornalista Michel Monteforte. Confira a entrevista.

Video produzido e editado. Texto escrito e postado por iPhone



Postado por Denis Porto Reno à 09:17:21

0 comentarios:

Publicar un comentario

Comentar como: [Denis Porto Reno \(Google\)](#)  [Seguir](#)

[Publicar comentario](#) [Suscripción por correo electrónico](#)

[Vista previa](#)

[Entrada más reciente](#) [Página Principal](#) [Entrada antigua](#)

[Suscríbete a Comentarios de la entrada \(Atom\)](#)





Seguir Compartir Informar sobre mal uso Siguiendo blog dennis.pinto.rossi@gmail.com Nueva entrada Diseño Sair



red periodista

movilidad, investigación y información

LUNES 8 DE NOVIEMBRE DE 2010

Vento sopra forte na Espanha e atrapalha tráfego aéreo

Com ventos fortes e muita turbulência, o tráfego aéreo na Espanha ficou comprometido nesta segunda-feira, 08/11. E com o vento, vieram as turbulências e os temores de passageiros e tripulação.

O voo Iberia 6020, de São Paulo a Madrid, chegou com um atraso de uma hora e não apresentava para a aterrissagem os passageiros encontraram dificuldade para ficar no assento devido à forte turbulência que acometeu a aeronave, um Airbus 340-300. "Pensei que o avião ia cair", disse o brasileiro Cesar Ramos, de Belo Horizonte, que tinha como destino final a cidade de Valência.

Certo voo que sofreu atraso por causa do tempo foi o Iberia 6048, com destino a Santiago de Compostela, localizada na região onde o tempo revoltoso estava com maior gravidade. "Seríamos passageiros, como é de costume estamos com problemas de vento forte em Santiago de Compostela, e por isso vamos atrasar alguns minutos a decolagem. Esperamos que, apesar das dificuldades, a aterrissagem seja normal e com segurança". falou ao microfone o comandante do Airbus 320, que decolou com aproximadamente 50 minutos de atraso.

Apesar das dificuldades declaradas pelo piloto, inclusive na decolagem, o voo chegou em segurança e sem avarias.



O céu estava coberto (tirado, sob o ponto-de-vista do avião) por um espesso tapete de nuvens.



A turbulência do voo começou assim. Depois piorou bastante.

- Escrito durante o segundo voo e postado de Santiago de Compostela, após a aterrissagem!

- Posted using BlogPress from my iPhone

Publicado por Dennis Pinto Rossi a las 10:00

PLAZA CAPITAL
PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA, URGENTE

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

REPORTEROS SIN FRONTERAS
CON LA UNIDAD DE ACCIÓN

Seguir Compartir Informar sobre mal uso Seguir este blog dennis.pere@red@gmail.com Nueva entrada Diseño Sair



red periodista

movilidad, investigación y información

MÉRCOLES 10 DE NOVIEMBRE DE 2010

Peregrinos chegam com o sol em Compostela

Dizem que percorrer o caminho de Compostela provoca um encontro com Deus. Outros dizem que é um caminho inesquecível. Ainda existem outras pessoas que relatam uma mudança pessoal incrível. Certamente, para cada uma dessas histórias existe uma verdadeira pessoa. Mas todas são, certamente, acompanhadas de muita dor e superação.

Na tarde desta quarta-feira, a última em Compostela nesta viagem, avistrei dois peregrinos franceses que foram o caminho a partir de França, um dos mais demorados e difíceis. Perguntei eles, foi a mais inesquecível aventura de suas vidas. Ambos não quiseram dar entrevistas para a câmera do iPhone com seu castelhano macarrônico, mas declararam seus sentimentos, rapidamente.

François declarou que o caminho foi tortuoso, ainda mais pelo clima, que nestes últimos dias foi crucial na Galícia. Já Fanny disse que é por lá e dor nos pés que ainda julgam como sensação abalorada.

Para mim, o certo é que a experiência de caminhar por um trajeto tão antigo e histórico misturado com a natureza local certamente promove alguma mudança interior. Fazer em breve com minha esposa.



O sol chegou na manhã de hoje em Compostela. Mas a chuva ligeira está de volta para acompanhar o fim.



François e Fanny mal conseguem caminhar em direção ao Hospital del Peregrino

- Posted using BlogPress from my iPhone

Publicada por Dennis Pente Rêno à(s) 19:11

SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el profesor Denis Pente Rêno, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenido multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el corazón de Bogotá Bogotá es tu ciudad y tu imagen, fotografías presentamos su mejor ángulo de la capital. [Leer más](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Rêno y Fidalva dicen que recibirán con felicidad retro de candidatura de Mockus. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas caen 1.535 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy inicia en Bogotá plantón para exigir "Cero muertos en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le reabrirán al tránsito. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los bogotanos podrían tener la primera línea del Metro. [Leer más](#)



Seguir Compartir Informar sobre mal uso Seguir este blog

demis.pinto.rossi@gmail.com Nueva entrada Diseño Bajar



red periodista

movilidad, investigación y información

MÉRCOLES 10 DE NOVIEMBRE DE 2010

Foro Ciudadanía termina com conferência sobre galegos migrantes no rádio

A pesquisadora galega Mónica Rebollo, da Universidade de Santiago de Compostela, apresentou na tarde desta quarta-feira, 10/11, uma conferência sobre o programa de rádio Sempre Galicia, que está no ar desde 3 de setembro de 1950 aos domingos pela manhã.

A apresentação colocou os galegos em condição de imigrantes, numa inversão do que foi visto durante o congresso, que contou com latinos, europeus do leste e africanos como povos migrantes em outras discussões. Mónica colocou, em sua apresentação, os galegos que seguem para a América do Sul como cidadãos que vivem o problema maior de um processo migratório: a sobrevivência cultural.

A pesquisa revisa o programa de rádio Sempre Galicia, produzido inicialmente em Montevideo desde setembro de 1950, que é escutado por galegos da Argentina, do Uruguai e do Brasil, que seguem cultivando a cultura galega graças ao programa. "O idioma e a música são fundamentais para a sobrevivência da cultura e do programa", revelou Mónica.

O tema gerou discussões interessantes, como a revivência de que existem diversos galegos na Bahia, e não no Sul do país, como ocorre com diversas outras nacionalidades.

Mónica ainda defendeu como ponto fundamental para a sobrevivência da Galícia, e não somente para a audiência da rádio. O mesmo é compartilhado pelo pesquisador brasileiro Evandro Dutra, que defende o tema de forma acadêmica.

O próximo foro de cidadania acontecerá em 2011, com a temática Comunicação, Publicidade e Solidariedade.



A defesa do idioma está em todos os cantos de Compostela



SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el periodista Diego Pardo Rosal, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenido multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el momento de fotografía Bogotá es la ciudad y la imagen, fotógrafos promueven su mejor ángulo de la capital. [Leer más](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Elites y Falsedad dicen que quieren con belleza retro de candidatura de Miroslav. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas caen 1.535 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy inicia en Bogotá plantón para exigir "Cero muertos en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le reanudarán al tránsito. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los bogotanos podrían tener la primera treta del Metro. [Leer más](#)



Seguir Compartir Informar sobre mal uso Seguir este blog

dereis.pinto.rere@gmail.com Nueva entrada Diseño Bate



red periodista

movilidad, investigación y información

JUEVES 3 DE MARZO DE 2011

Aeroporto de Ribeirão Preto opera normalmente, apesar da chuva

Apesar do céu fechado e uma chuva intermitente, o aeroporto Leite Lopes operou normalmente na manhã desta quinta-feira. (3/3)

A liberação do aeroporto nestas condições climáticas não é comum. O céu fechado impede a visibilidade na aproximação e as operações costumam ser interrompidas. O mesmo ocorre com a pista, frequentemente emborreadada, como ocorreu na terceira semana de Janeiro deste ano, especificamente no dia 13/01, quando a Infraero decidiu que o local deveria ser fechado por uma semana para limpeza do asfalto da pista. A pista estava asfregada, o que provocou derrapagem de uma aeronave.

Na ocasião, a prefeita da cidade, Darcy Veira, declarou que a responsabilidade da manutenção é do Governo do Estado de São Paulo, que por sua vez atribuiu a culpa para a prefeita.

As contas da prefeitura da cidade estão limitadas. Como não há como sofrer prioridade administrativa, Darcy Veira costuma autorizar pagamentos sempre com três meses de atraso, ou seja, antes de executar. Informações internas da prefeitura sinalizam um caos financeiro na cidade nos próximos meses.

Enquanto isso, as obras para a comita de Stock Car estão aceleradas. O evento atende uma parcela mínima da população. Resta saber se os empresários milionários da cidade seguem responsáveis pela eleição da prefeita ejetando a prefeitura, que passa por dificuldades também pelos benefícios de Isenção fiscal concedidos ao pequeno grupo.



Céu fechado
Aeroporto Leite Lopes
Ribeirão Preto-SP

Aeroporto em operação normal



O céu estava intensamente fechado, mas os voos saíram sem atrasos

Posted using BlogPress from my iPhone

Publicado por Dercis Pinto Rere a las 7:07

SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el periodista Diego Pinto Rere, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenido multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el momento de fotografía Bogotá es la ciudad y la imagen, fotógrafos promueven su mejor ángulo de la capital. [Leer más](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Foto y Fichación dicen que reciben con tristeza retro de candidatura de Mockus. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas caen 1.535 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy inicia en Bogotá plantón para exigir "Cero muertos en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le reanudarán al tránsito. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los bogotanos podrían tener la primera tinea del fútbol. [Leer más](#)



Seguir Compartir Informar sobre este blog Suscribirse a este blog

denis.pinto.fern@gmail.com Nueva entrada Diseño Bate



red periodista

movilidad, investigación y información

MARTES 1 DE MARZO DE 2011

Tempo fechado não impede fluxo em Confins

Apesar do tempo fechado e da possibilidade de chuva forte, o tráfego no Aeroporto Internacional Tancredo Neves, em Confins-MG, não foi prejudicado nesta terça-feira (01/03).

O movimento não seguiu de antemão os ritmos, mas sem situação de atrasos expressivos. Apenas poucas voos sofreram atrasos por conta de outros aeroportos do país, o que não incomodou os presentes.

Segundo a administradora de empresas, Marisa Toledo, essa calma não é comum no aeroporto de Confins. "Aqui, quando ameaça chuva para tudo. Não sei como isso não aconteceu hoje. Estou com sorte", declarou a passageira assídua da malha aérea brasileira.

Já o fiscal de trânsito, José de Souza, defendeu o fluxo de Confins. "Apesar de trabalharmos na capacidade máxima, não é comum sofrermos com atrasos. Isso ocorre quando outros aeroportos fecham".

No dia 13 de Janeiro, o aeroporto de Confins sofreu com mais de 50% dos voos em condição de atraso. Naquela situação, outros aeroportos do país também pararam.



O movimento estava intenso, mas dentro da normalidade



O painel demonstrava tranquilidade

Posted using BlogPress from my iPhone

Publicado por Denis.Pinto.Fern@gmail.com

0 comentarios:

Publicar un comentario

SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el profesor Denis Pinto Fern, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenido multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el corazón de fotografía Bogotá es tu ciudad y tu imagen, fotógrafos presentarán su mejor ángulo de la capital. [Leer más](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Pinto y Pinedón dicen que recibirán con tristeza retro de candidatura de Mockus. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas caen 1.525 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy inicia en Bogotá plantón para exigir "Cero muertos en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le reabrirán al tránsito. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los Seguros podrían tener la primera línea del Metro. [Leer más](#)





red periodista

movilidad, investigación y información

VIERNES 14 DE ENERO DE 2011

Confins bate recorde de atrasos em aeroportos brasileiros

Nesta última quinta-feira, 13/01, o Aeroporto Internacional de Confins bateu o recorde brasileiro em atrasos de voos, provocando um caos entre os passageiros que pretendiam viajar naquele dia.

Com 54% dos voos com atrasos mínimo de 30 minutos, alguns itinerários foram cancelados. O motivo principal foi o tempo fechado, com chuvas fortes, que interditou o aeroporto para pouos e decolagens por três horas no período da manhã.

Um dia voos cancelados naquele dia caíram de 5696, com destino a Ribeirão Preto. Com horário marcado para 18h08, os passageiros ficaram aguardando pouso da empresa até às 22h30, quando foram informados que não haveria mais voos naquele dia. Depois de muita discussão, a empresa providenciou hotel para 40 passageiros, além de transporte e alimentação para todos.

Mas o problema não foi somente do aeroporto de Confins. Depois de dois aviões aterrissarem na pista em dia de chuva, a ANAC decidiu fechar o aeroporto. Agora, basta uma simples chuva para que o fluxo no aeroporto fique encerrado, até que o DAESP - Departamento Aeronáutico do Estado de São Paulo providencie a limpeza da pista, que, segundo os técnicos, está excessivamente entornhada, o que diminui o atrito das aeronaves no solo.

A tentativa de retorno para casa ocorreu na manhã de hoje, 14/01. Resta saber se a chuva irá permitir.



SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el profesor Diego Pinto Ramal, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenido multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el congreso de fotografía Bogotá es la ciudad y la imagen, fotógrafos presentan su mejor ángulo de la capital. [Leer más](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Rezo y Fielidad dicen que incluyen con fidelidad retro de candidatura de Mochón. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas caen 1.535 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy inicia en Bogotá plantón para exigir "Cero muertos en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le reabrirán al tránsito. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los bogotanos podrían tener la primera tropa del filmo. [Leer más](#)



Seguir Compartir Informar sobre este sitio Siguiendo blogs

denis.pinto.ram@gmail.com Nueva entrada Diseño Bate



red periodista

movilidad, investigación y información

JUEVES 3 DE MARZO DE 2011

Carnaval de Ouro Preto já começou

Apesar de adiantado, o movimento do carnaval para Ouro Preto-MG já começou. Com lixo, a compra de passagens para a cidade ficou congestionada.

Na manhã desta quinta-feira, 30/02, a fila para comprar passagem no guichê da empresa Passagem Verde, que faz a linha Belo Horizonte - Ouro Preto, dobrou com uma fila de aproximadamente 30 metros, o equivalente a quase quatro ônibus cheios, segundo o responsável pela empresa.

O carnaval começa oficialmente na noite de hoje, com o bloco "Amarelo e Branco", considerado um dos melhores da cidade. Mas é só o começo: hoje durante os próximos dias, Ouro Preto promete festa 24 horas por dia, com blocos de rua e com na praça Tracentes. Ainda tem show de Charlie Brown Jr na cidade em uma das noites carnavalescas.

A recomendação, para os moradores, é fazer compras para todos os dias, pois as filas nos supermercados são garantidas. Já para os foliões, recomenda-se não dirigir ao beber, além de tomar cuidado com as ladeiras da cidade. Para todos, é recomendável o uso de camiseta.



A fila para comprar passagem para Ouro Preto aumentou cada vez mais.



Tunetas de todos os cantos, como Sulza (foto) seguiram para a festa.

- Postado using BlogPress from my iPhone

Publicado por Denis Pinto Ramalho a las 11:10

0 comentarios:

SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el profesor Denis Pinto Ramal, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenido multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el corazón de fotografía Bogotá es la ciudad y la imagen, fotógrafos presentamos su mejor ángulo de la capital. [Leer más...](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más...](#)
- Pinto y Pineda dicen que recibirán con tristeza retro de candidatura de Mockus. [Leer más...](#)
- En menos de 24 horas caen 1.535 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más...](#)
- Hoy inicia en Bogotá platinó para llegar "Cero muertes en 24 horas". [Leer más...](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le reabrirán al tránsito. [Leer más...](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más...](#)
- En el 2010 los bogotanos podrían tener la primera tresa del mismo. [Leer más...](#)



Seguir Compartir Informar sobre este sitio Siguiendo blogs dama.pinto.ram@gmail.com Nueva entrada Diseño Bate



red periodista

movilidad, investigación y información

DÓMINGO 23 DE ENERO DE 2011

Prefeitura de Ribeirão Preto cria ciclofaixa de final de semana

Criar ciclovia nos dias de hoje é fundamental para qualquer cidade desenvolvida. A prática do ciclismo e mesmo passeio em família fazem a diferença na vida social das grandes cidades. Porém, criar uma ciclovia significa custo e transformação do fluxo do trânsito, o que pode tornar-se inviável.

Mas a Prefeitura de Ribeirão Preto encontrou uma saída. Criou uma ciclofaixa que funciona somente aos domingos. Há comento e custo operacional, pois diversos funcionários do trânsito acompanham a abertura da ciclofaixa, todas os domingos, das 7 às 13 horas, na avenida Maurício Biaggi, uma das mais movimentadas da cidade e localizada numa área com relativa facilidade residencial.

A ciclofaixa é totalmente marcada por cones e acompanhada por monitores e guardas de trânsito. Além disso, um posto de distribuição gratuita de água mineral é disponibilizado no caminho, pois uma característica da cidade é a baixa umidade, sempre acompanhada de um calor torrencial.

Resta saber até quando a administração da cidade terá tempo, ou disposição, para manter o espaço, que ainda além de somente aquela região, povoada de forma expressiva por cidadãos de classes B e C. E os mais pobres??? Ah, estes continuam na calçada.



Um posto de distribuição de água é colocado estrategicamente no percurso



Pais e filhos pedalam juntos na avenida

· Posted using BlogPress from my iPhone

SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el profesor Diego Pinto Ramal, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenido multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el corazón de Bogotá Bogotá es la ciudad y la imagen, fotografías presentamos su mejor ángulo de la capital. [Leer más](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Pique y Píñónalos dicen que recien con Helena retro de candidatura de Miroslav. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas caen 1.535 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy inicia en Bogotá plantón para exigir "Cero muertos en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le reabugan al tránsito. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los bogotanos podrían tener la primera tinea del fútbol. [Leer más](#)

PLAZA CAPITAL
PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA, URSARIO

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

REPORTEROS SIN FRONTERAS
CON LA UNICIÓN DE BARRIOS

Seguir Compartir Informar sobre este uso Siguiendo blogs denis.pont:am@gmail.com Nueva entrada Diseño Salir



DOMINGO 13 DE MARZO DE 2011

História e modernidade se misturam em Ouro Preto

Na manhã deste domingo, 13/03, no bairro Vila São José, já no centro histórico de Ouro Preto - MG, dois sons se misturaram: os badalos do sino da Igreja do Pilar e o punk rock dos Inocentes, tocado por uma banda local.

Ouro Preto é tombada como patrimônio da humanidade. A cidade transcorre tradição, tanto em suas ruas como nos hábitos locais, como algumas feiras, que na fachada definem a atividade como estabelecimento de "presentes e agrados". Mas o comércio dos ouro-pretanos também carrega outras culturas, como a Pizzaria Pazzo, que se mistura Pizza e Jazz, ou o restaurante Genê de Flautas, que oferece jazz e blues como suas ambições.

Porém, na manhã deste domingo, a oferta cultural do local foi atípica. Escavação para obras e música folclora, da banda punk-rock paulista Inocentes, enquanto a Igreja tentava chamar os fiéis com seu sino catfônico. Na sequência, um pouco de flamenco ocorreu no região (ver vídeo). Claro que a música também é histórica (faz sucesso no final da década de 1960), e é símbolo do movimento punk brasileiro. Mas em comparação com as músicas do sino da Igreja do Pilar, a guitarra sozinha dos inocentes é pura modernidade.

Para quem se interessa por história, Ouro Preto, Mariana e região podem ser úteis boa opção. O mesmo vale para quem gosta de rock and roll, pois a cidade abriga uma boa guitarra.



Na Rua Direita existem locais interessantes.



O punk rock dos Inocentes podia ser escutado à distância

SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el profesor Denis Pont, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Comunicación Pública de la Universidad del Rosario, en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma individual o por contenidos temáticos y por dispositivos móviles.

TWITTER LINKS

- En el concurso de fotografía "Bogotá es la ciudad y la imagen", fotografías presentarán su mejor trabajo de la región. [Leer más](#)
- Hip Hop al Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Petro y Parafensa dicen que realizan un silencio repleto de candidatos de Miskit. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas se han 1.535 conductores bonachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy inicia en Bogotá plantón para lograr "Cero muertes en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 6,3 mil empleados del Distrito le multarán al tránsito. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 aún hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los bogotanos podían tener la primera línea del Metro alcalalés. [Leer más](#)

PLAZA CAPITAL
PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA, UNIDOS

ENTENDIMIENTO DEL ROSARIO

REPORTEROS SIN FRONTERAS
POR LA LIBERTAD DE PRENSA

Siguir Compartir Informar sobre mal uso Siguiendo blog

denis.pinto.reno@gmail.com Nueva entrada Diseño Salir



red periodista

novidad, investigación y información

JUEVES 3 DE MARZO DE 2011

Ouro Preto: cidade das igrejas

Ouro Preto é uma cidade conhecida e reconhecida por sua história, que vem desde os tempos do ouro, os dois santos do pau-oco. Naquela época, santos eram enviados a Portugal abarrotados de ouro em seu interior, propositalmente oco.

Mas Ouro Preto também é marcada pela arquitetura. Patrimônio histórico da humanidade, a cidade é repleta de casachos e ruas estreitas e de pedra. Outra característica marcante e para alguns traumatizante, é o sobe-desce das ruas. Em algumas delas, descer sem confiar nos freios do carro pode ser uma loucura.

Impressionante mesmo é a quantidade, e a beleza, de igrejas espalhadas pela cidade. Na época do ouro, acreditava-se que construir igrejas era uma forma de pagar os pecados. Daí, as mais ricas garantiam o lugar no céu construindo igrejas e mais igrejas. "Fácil identificar um endereço. Basta dizer que mora numa ladexa de pedra, perto de uma igreja e pronto, está perdido", brincou o analista de sistemas Marcos Reno, ao ser perguntado sobre suas lembranças da cidade.

Uma coisa é certa: para encantar o sobe-desce de Ouro Preto é preciso Miego. E lá



Igreja do Rosário, construída para os escravos



A cidade é composta por casachos, montes e igrejas

- Posted using BlogPress from my iPhone

Publicado por Denis Pinto Reno a las 01:01

0 comentarios:

Publicar un comentario

SOBRE EL BLOG

El blog Red Periodista es un espacio para practicar periodismo y redes sociales. Coordinado por el profesor Denis Pinto Reno, cuenta con la participación de alumnos de la carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario en Bogotá, especialmente para contenidos experimentales. Los contenidos son producidos de forma textual o por contenidos multimediales y por dispositivos móviles.

TWITTER UPDATES

- En el concurso de fotografía Bogotá en la ciudad y su imagen, fotógrafos presentaron su mejor ángulo de la capital. [Leer más](#)
- Hoy hoy el Parque se realizará desde el 7 hasta el 9 de octubre, en Bogotá. [Leer más](#)
- Pétro y Pafalosa dicen que recibirán con eldorado a la candidata de Múscos. [Leer más](#)
- En menos de 24 horas caen 1.535 conductores borrachos en Bogotá. [Leer más](#)
- Hoy hoy en Bogotá plantón para exigir "Cero muertos en 24 horas". [Leer más](#)
- Desde este lunes 53 mil empleados del Distrito le madrugarán al trabajo. [Leer más](#)
- Durante el primer semestre de 2011 sólo hubo 10 días sin muertes violentas en Bogotá. [Leer más](#)
- En el 2010 los bogotanos podrían tener la primera línea del Metro actualizada. [Leer más](#)



