



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

“Análisis de las prácticas y técnicas periodísticas: periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron. Casos de estudio: Ecuavisa, El Comercio y Ecuador en Vivo”

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Rosero Maldonado, Dominique Rahel

DIRECTORA: Rivera Rogel, Diana Elizabeth, Ph.D

LOJA – ECUADOR

2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Doctora.

Diana Elizabeth Rivera Rogel

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: “Análisis de las prácticas y técnicas periodísticas: periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron. Casos de estudio: Ecuavisa, El Comercio y Ecuador en Vivo”, realizado por Dominique Rahel Rosero Maldonado, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 09 de septiembre de 2016

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo **Rosero Maldonado Dominique Rahel** declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Análisis de las prácticas y técnicas periodísticas: periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron. Casos de estudio: Ecuavisa, El Comercio y Ecuador en Vivo, de la Titulación de Licenciatura en Comunicación Social, siendo Diana Elizabeth Rivera Rogel directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....

Autora: Rosero Maldonado Dominique Rahel

Cédula: **0704617299**

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada primeramente a Dios por haberme dado la vida y el permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi querida madre, por ser el pilar más importante en mi vida, pues gracias a su amor y comprensión supo apoyarme en todo momento para que pueda cumplir este sueño. También a mi padre, pues sin su apoyo moral y económico no me hubiera sido posible alcanzar una de mis principales metas. A mis amados hermanos, Francy y Evelyn, a quienes amo con toda mi vida y por ellos seguiré esforzándome día a día para ser una excelente profesional. A mis maestros y compañeros quienes me enseñaron y apoyaron para ser una persona de bien y preparada para los diferentes retos que pone la vida.

Dominique

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado sabiduría y protección durante mi carrera universitaria. A mi querida madre, por apoyarme y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida, también por ser una madre luchadora y ejemplar que me ha enseñado a no debilitarme ni rendirme ante nada. A mi padre, quien desde la distancia me brindó su apoyo incondicional. A ustedes con todo el amor del mundo, por darme su afecto y consejos cuando más lo necesitaba, para cumplir con mi mayor sueño, gracias por estar ser parte de mi vida; Francy y Evelyn. A cada uno de ustedes, que son mi inspiración y mi fortaleza les agradezco infinitamente.

Dominique

ÍNDICE DE CONTENIDOS

.....	i
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
ÍNDICE DE ANEXO.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I: PRÁCTICAS Y TENDENCIAS PERIODÍSTICAS.....	5
1.1. Periodismo de datos.....	6
1.1.1. ¿Qué es el periodismo de datos?.....	6
1.1.2. Características.....	8
1.1.3. Herramientas del periodismo de datos.....	9
1.1.4. Desarrollo del periodismo de datos.....	10
1.1.5. Tendencias.....	11
1.1.6. Perfil profesional del periodista de datos.....	11
1.2. Periodismo en tiempo real.....	12
1.2.1. ¿Qué es el periodismo en tiempo real?.....	12
1.2.2. Características.....	13
1.2.3. Herramientas del periodismo en tiempo real.....	14
1.2.4. Desarrollo del periodismo en tiempo real.....	15
1.2.5. Tendencias.....	15
1.2.6. Perfil profesional del periodista en tiempo real.....	16
1.3. Periodismo inmersivo.....	17
1.3.1. ¿Qué es el periodismo inmersivo?.....	17
1.3.2. Características.....	18
1.3.3. Herramientas del periodismo inmersivo.....	19
1.3.4. Desarrollo del periodismo inmersivo.....	19
1.3.5. Tendencias.....	21

1.3.6.	Perfil profesional del periodismo inmersivo.....	21
1.4.	Periodismo dron	22
1.4.1.	¿Qué es el periodismo dron?.....	22
1.4.2.	Características.....	22
1.4.3.	Herramientas del periodismo dron.....	23
1.4.4.	Desarrollo del periodismo dron.....	23
1.4.5.	Tendencias.....	24
1.4.6.	Perfil profesional del periodista dron.....	24
CAPÍTULO II:	METODOLOGÍA	26
2.1.	Métodos y técnicas de investigación.....	28
CAPÍTULO III:	RESULTADOS	30
3.1.	El nuevo periodismo en Ecuador.....	31
3.2.	Caso de estudio en periodismo dron e inmersivo: <i>Ecuavisa</i>	32
3.2.1.	Periodismo dron.....	32
3.2.2.	Periodismo Inmersivo.....	35
3.3.	Periodismo en tiempo real: redes sociales de <i>Ecuavisa</i> , <i>El Comercio</i> y <i>Ecuador en Vivo</i>	44
3.3.1.	Periodismo en tiempo real de <i>Ecuavisa</i>	44
3.3.2.	Periodismo en tiempo real en <i>El Comercio</i>	47
3.3.3.	Periodismo en tiempo real de <i>Ecuador en Vivo</i>	49
3.4.	Periodismo de datos: páginas web de <i>Ecuavisa</i> , <i>El Comercio</i> y <i>Ecuador en Vivo</i> . 51	
3.4.1.	Periodismo de datos de <i>Ecuavisa</i>	51
3.4.2.	Periodismo de datos de <i>Ecuador en Vivo</i>	57
CAPÍTULO IV:	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
4.1.	Confirmación de hipótesis.....	60
4.2.	Conclusiones.....	61
4.3.	Recomendaciones.....	62
BIBLIOGRAFÍA		63
ANEXOS		69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Periodismo drone. Visión 360. <i>Ecuavisa</i>	33
Tabla 2. Periodismo Inmersivo. Visión 360. <i>Ecuavisa</i>	38
Tabla 3 Periodismo inmersivo. Visión 360. <i>Ecuavisa</i>	40
Tabla 4 Resultados de periodismo inmersivo. Visión 360.....	42
Tabla 5. <i>Periodismo de datos. Ecuavisa</i>	52
Tabla 6. Periodismo de datos. <i>El Comercio</i>	54
Tabla 7. Periodismo de datos de <i>Ecuador en Vivo</i>	57

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Manabí. Terremoto	34
Ilustración 2. Destrucción. Edificio. Terremoto	34
Ilustración 3. Cuartos de final, Independiente del Valle. Ecuavisa	46
Ilustración 5. Atentado en Niza	46
Ilustración 4. Publicidad, novela La Trinity	46
Ilustración 6. Barcelona vs River.....	48
Ilustración 7. Liga de Quito vs Emelec.....	48
Ilustración 8. Análisis del partido de Independiente del Valle	48
Ilustración 9. Publicaciones repetidas. Mis apuntes sobre la paz	50
Ilustración 10. Consumo de gaseosas.....	56
Ilustración 11. Sección de periodismo de datos	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Número de publicaciones de <i>Ecuavisa</i>	45
Gráfico 2. Uso de herramientas de periodismo en tiempo real de <i>Ecuavisa</i>	45
Gráfico 3. Número de publicaciones de <i>El Comercio</i>	47
Gráfico 4. Uso de herramientas de periodismo en tiempo real. <i>El Comercio</i>	49
Gráfico 5. Número de publicaciones de <i>Ecuador en Vivo</i>	49
Gráfico 6. Uso de herramientas de <i>Ecuador en Vivo</i>	51
Gráfico 7. Uso de herramientas de <i>Ecuavisa</i>	53
Gráfico 8. Uso de herramientas de <i>El Comercio</i>	55
Gráfico 9. Uso de herramientas de <i>Ecuador en Vivo</i>	58

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1. Entrevista. Osmar Quimi. <i>Ecuavisa</i>	70
Anexo 2. Entrevista. Carlos Ruiz. <i>Ecuador en Vivo</i>	72

RESUMEN EJECUTIVO

El periodismo ha sufrido continuos cambios en cuanto a sus prácticas y técnicas, que a lo largo de la historia han afectado a la profesión y a los profesionales, debido a que casi siempre estos factores vienen marcados por los avances tecnológicos. Últimamente los medios ecuatorianos están generando contenidos más completos e interactivos y sobre todo destacan la inmediatez con la que informan.

Por ello, esta investigación analiza e identifica si existen prácticas y técnicas de: periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron en Ecuador. Asimismo, conceptualiza, define y analiza el conocimiento y valoración de estas prácticas en los medios de comunicación: *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*.

En rasgos generales se puede decir que los medios ecuatorianos no han implementado a gran escala las herramientas tecnológicas para realizar una pieza periodística, puesto que es mínimo su uso. Esto no quiere decir que Ecuador no sea un país con desarrollo periodístico, sino que está en proceso de mejora de la calidad de la información emitida a la ciudadanía.

Palabras clave: periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo, periodismo dron, Ecuador.

ABSTRACT

Journalism has undergone continuous changes in terms of its practices and techniques, which throughout history have affected the profession and professionals, because almost always these factors are marked by technological advances. Lately, the media Ecuadorian are generating more complete and interactive content and especially emphasize the immediacy with which they report.

Therefore, this research analyzes and identifies if there are practices and techniques of: data journalism, real-time journalism, immersive journalism and, drone journalism in Ecuador. It also conceptualizes, defines and analyzes the knowledge and appreciation of these practices in the media: *Ecuavisa, El Comercio and Ecuador en Vivo*.

In general, it may be said that Ecuadorian media have not implemented large scale technological tools to perform a journalistic piece, since its use is minimal. It does not mean that Ecuador is not a country with journalistic development but is in the process of improving the quality of the information issued to the public.

Keywords: Data journalism, Real time journalism, Immersive journalism, Drone journalism, Ecuador.

INTRODUCCIÓN

El periodismo experimenta sucesivos cambios en cuanto a sus prácticas y técnicas, que a lo largo de la historia afectan a la profesión y a los profesionales, debido a que casi siempre estos factores vienen marcados por los avances tecnológicos.

Canga (2000) expresa que hoy en día, la tecnología es responsable de la aparición de los denominados "nuevos medios" y de los cambios que los mismos están originando en el trabajo diario de la profesión periodística. Cambios que nos afectan de forma directa como profesionales del periodismo y que han de llevarnos forzosamente a reflexionar sobre ellos.

Las nuevas modificaciones en la forma de hacer periodismo aquejan a los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) y proporcionalmente a las personas que ejercen este trabajo. Por ello, esta investigación se enfocará en analizar las prácticas y técnicas periodísticas en periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron, en tres medios de comunicación como: *Ecuavisa, El Comercio y Ecuador en vivo*.

Este tema actualmente abarca investigaciones alrededor del mundo, se pueden encontrar varios trabajos investigativos referentes a las nuevas formas de hacer periodismo, y los cambios en las rutinas de trabajo de los periodistas.

Gonzalo Paula en su artículo: 6 iniciativas fundamentales para entender el Periodismo Drone del 2015, habla acerca del uso de drones y los distintos medios que están haciendo uso de esta herramienta. "Se comprobó cómo este tipo de vehículos está cambiando la forma en que recibimos información de las manifestaciones y movimientos sociales como por ejemplo la que se vivió en Hong Kong en la "Revolución de los paraguas" donde los paraguas se utilizaron como escudos protectores contra los ataques con gases lacrimógenos y gas pimienta de la policía". Este fue un enfoque totalmente diferente a los que se emitían en otros medios de comunicación.

El periodismo en tiempo real se puede analizar a partir de cuatro medios destacados como: *La Gaceta, La Voz, Clarín y La Nación*, donde realizaban publicaciones segundo a segundo en sus páginas web de quien sería el nuevo Papa. La urgencia informativa llevó incluso a algunos errores que a medida que obtenían más información, corregía sus fallos, lo que importaba era comunicar de forma rápida a su audiencia (Quiroga, 2013).

Se pueden citar trabajos de investigación provenientes de Latinoamérica y Caribe como: "*El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia*" de Guillermo Franco

(2009). Además textos que hacen referencia al “*Periodismo en la era de Internet: Claves para entender la situación actual de la información periodística en España*” (2008), este libro es el resultado de un estudio del OPEI (Observatorio de Periodismo en Internet) elaborado bajo la Dirección y Coordinación de Mgs. Pilar Diezhandino Nieto, (directora del grupo) de investigación PASEET (Periodismo y análisis social: evolución, efectos y tendencias) de la Universidad Carlos III de Madrid. Por otra parte, artículos de *las nuevas tecnologías en la formación del periodista: una necesidad real e inmediata* por José Verón y Fernando Sabés (2007). Sin olvidar otros artículos referentes al periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron.

Este estudio es importante realizarlo debido a que en Ecuador no existe una investigación similar que permita conocer qué prácticas periodísticas están trabajando los medios de comunicación, a partir de la implementación de las nuevas herramientas y tecnologías que se están insertando en el entorno para difundir información a la colectividad. Y también, cómo los nuevos periodistas están adaptándose a esos cambios.

CAPÍTULO I: PRÁCTICAS Y TENDENCIAS PERIODÍSTICAS

Este capítulo pretende explicar conceptos, teorías, características, herramientas, tendencias, perfiles profesionales, estudios e investigaciones de periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron. Asimismo, se procura indagar en los últimos proyectos realizados a nivel mundial y nacional.

El objetivo de este capítulo es mostrar las últimas tendencias periodísticas a nivel mundial y Latinoamericano, para tener como referencia experimentos y prácticas periodísticas realizadas en los últimos años.

En la actualidad el periodismo en Ecuador ha tomado varias formas, puesto que el desarrollo de la tecnología ha modificado la manera de producir y consumir información, también ha perfeccionado nuevas herramientas y plataformas comunicativas. Cabe recalcar que la infinidad de información disponible en los últimos años ha sido gracias a Internet. Por lo tanto, no solo cambia la manera de hacer periodismo, sino que también requiere de nuevos conocimientos tanto empíricos como prácticos, por parte de los periodistas.

En Ecuador el desarrollo del periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron se ubica como una de las tendencias periodísticas más desconocidas, porque a pesar de dar apertura a trabajos periodísticos (reportajes, crónicas, noticias, etc.) con tecnologías más avanzadas en análisis de datos, contenidos digitales y producción de contenidos audiovisuales, son escasos los trabajos resultantes en los grandes medios de comunicación.

Por tal motivo, hay una variedad de rasgos alrededor de periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron; que los definen como una rama del periodismo en desarrollo.

1.1. Periodismo de datos

1.1.1 ¿Qué es el periodismo de datos?

El periodismo de datos es una de las nuevas tendencias de periodismo que surge gracias a la evolución de las tecnologías. Académicamente se trata de una disciplina poco investigada, que se desenvuelve mayormente en el ámbito profesional, por ello no hay un concepto específico acerca de Periodismo de Datos. Para comprender su extensión señalaremos algunas definiciones.

Ferreras indica que el periodismo de datos “consiste, básicamente, en buscar, seleccionar y procesar información en el ingente volumen de datos a los que hoy tenemos acceso y convertirlo en piezas informativas comprensibles para los ciudadanos” (2013:117). Asimismo,

Bounegru sostiene que es una disciplina que surge de la fusión entre la gigantesca cantidad de información disponible en Internet y las nuevas herramientas enfocadas en el usuario, la autoedición y la colaboración como el *crowdsourcing*, lo que supone una nueva fase para los profesionales de la información (Gray, Chambers y Bounegru, 2011).

Por otra parte, autores como Flores y Cebrián (2012) entienden al periodismo de datos como: “una forma de periodismo de investigación que se sirve de la informática para buscar, contrastar, visualizar, combinar y proporcionar información tanto de fuentes de ámbito público como privado”. Flores junto a la doctora Cecilia Salinas (2012) puntualizan que el periodismo de datos es la nueva línea del periodismo de investigación al valerse de herramientas estadísticas y de visualización para volver a contar historias y descubrir otras nuevas que contar.

En conclusión, el periodismo de datos es un método o técnica del periodismo que analiza varias cantidades de datos, haciéndolas más comprensibles y dirigiéndolas a los diferentes usuarios o audiencias, por medio de infografías y visualizaciones.

El periodismo de datos se originó a finales de la década de los 60 con Philip Mayer cuando examinó una encuesta ciudadana para comprender las razones que habían detrás de una serie de reglas en Detroit. Es así que en 1959 decidió construir una fuente propia elaborada a base de datos, debido a que estaba cansado de que los periódicos estuvieran repletos de entrevistas de políticos y boletines de prensa oficial. En la siguiente década (años 70) analizó los patrones de las sentencias de la Corte de Justicia de Filadelfia. La finalidad de su estudio fue realizar el análisis de los datos en Ciencias Sociales con rigurosidad y así aplicarla al periodismo acercándola a su nivel de investigación.

Por otro lado, el periodista estadounidense Walter Lippmann decía que el periodismo sólo sería capaz de reportar la complejidad moderna si hacía uso de observatorios políticos que examinaran las relaciones humanas con instrumentos y métodos científicos (Schudson, 2010: 101). Lippman tenía esperanzas de realizar un entrenamiento profesional en los periódicos para así subir los estándares en las noticias, porque pensaba que el mundo estaba muy complejo y que el periodismo no tenía que seguir utilizando las mismas herramientas. Por ello hacía un llamado a las diferentes organizaciones científicas, independientes y sin partido para que se comprometieran a una investigación política y social, para crear una fuente propia elaborada a base de datos que ayudaría a contrastar información cuantitativa.

El primer trabajo de Meyer fue en *The Miami Herald* cuando eligió una queja ciudadana acerca de lo costoso que eran los seguros escolares contra los incendios y huracanes, estos seguros eran administrados por un consejo de funcionarios elegidos por la comunidad. Philip investigó

el financiamiento que tenían las campañas de estos funcionarios y las aportaciones que recibieron. En esta investigación ayudó un directorio de empresas que consiguió los nombres de los ejecutivos aseguradores y, con lápiz y papel en mano, demostró que 65 por ciento de las aportaciones de la campaña del presidente tenían origen en las compañías de seguros. Otros dos miembros del consejo conseguían más de la mitad de sus recursos de la misma fuente (Ávila, 2014).

Entre los años 70 y 80, los periódicos *Philadelphia Inquirer*, *The Dallas Morning News*, *The New York Times*, *Los Angeles Times*, entre otros, ya realizaban el periodismo de precisión y ganaban premios con ello. Sin embargo, no fue sino hasta 1992 que las noticias sobre periodismo de precisión llegaron al mundo de habla hispana con la publicación en *El País* de España de un texto sobre el tema bajo la autoría de Pedro Gómez y José Luis Dader (Esquivel Hernández, 1996: 158).

Para el proceso de análisis se debe contemplar los siguientes pasos:

- Compilar los datos
- Limpiarlos
- Darles contexto
- Compartirlos con otros
- Analizarlos
- Visualizarlos
- Humanizarlos

1.1.2. Características.

El editor de noticias interactivas de *The New York Times*, Aron Pilhofer argumenta que: el periodismo de datos es una disciplina cada vez más amplia de utilizar herramientas, técnicas y enfoques para contar historias, incluyendo las tradicionales técnicas de periodismo asistido por computadora hasta las novedosas aplicaciones de visualización. El fin último es el de proporcionar información y análisis al público para acercarle los temas diarios más importantes (Pilhofer, Chambers y Bounegru, 2011).

En comentarios de Gianina Segnini, especialista en el tema, ganadora del premio a la Excelencia de la Fundación Gabriel García Márquez: “La gente piensa que es complicado y que hay que ser ingeniero, pero no. Este periodismo adopta herramientas para generar ideas y citas, se debe buscar información de referencia, luego hacer reportería, analizar datos y presentarlos”.

El periodismo de datos tiene como característica contar historias en base a una gran cantidad de datos disponibles en Internet, que se adquieren por medio de las habilidades clásicas en

investigación de los periodistas a través de los nuevos instrumentos informáticos que intervienen en el proceso de elaboración de información cuantitativa.

El proceso para desarrollar periodismo de datos es: a) encontrar los datos, b) extraer los datos, c) procesar la información (definir variables y buscar patrones de comportamiento y ver cuál de los datos son los que más se repiten) y d) Visualizar los datos.

1.1.3. Herramientas del periodismo de datos.

Instituciones y medios brindan todos sus esfuerzos a investigar y avanzar en el proceso y exposición de datos, de la misma forma educan a los periodistas para que trabajen con el periodismo de datos.

Según Ferreras (2013:123) las claves del Periodismo de Datos son el “acceso a los datos, su tratamiento y su publicación; cuyo denominador común son las nuevas herramientas y tecnologías”.

Algunos investigadores se centran en argumentar que las nuevas herramientas estadísticas y de visualización siempre deben ir acompañadas de las habilidades clásicas de un periodista, que son las habilidades investigativas basadas en compilar, filtrar, contextualizar, contrastar, organizar, jerarquizar y contar las historias de forma que atraigan al público (García y Rodríguez, 2013).

Una de las organizaciones comprometidas con el periodismo de América es el Centro *Knight*, el cual contribuye al proceso de difusión y enseñanza de periodismo de datos, ofreciendo cursos MOOC denominado “Periodismo de Datos: Nociones Básicas”. Como también publica manuales y consejos sobre las herramientas que se deben utilizar para la limpieza, análisis y visualización de datos como:

Para la limpieza y análisis de datos hay:

- *Statwing*: Instrumento para el estudio de datos estadísticos.
- *Data Wrangler*: Permite organizar hojas de cálculo fácilmente.
- *Google Refine*: Aplicación de escritorio para el proceso de datos.

En la visualización de datos tenemos:

- *Piktochart*: Permite hacer infografías fácilmente.
- *Google Fusion Tables*: Transforma la información en mapas, cronología simple o clasificaciones. También, geolocaliza direcciones y exporta los datos en KML.
- *Datawrapper*: Software libre. Crea gráficos a partir de un conjunto de datos.

Otras herramientas que existen son:

- *Google spreadsheets*: Servicio vía web de hojas de cálculo (parecido a Excel) con la diferencia que no permite realizar gráficos a partir de los datos de las tablas.
- *Tableau*: Analiza datos, los filtra, los ordena y realiza cálculos en ellos, también los reorganiza y resume.
- *Excel*: Hoja de cálculo que permite trabajar con tablas de datos, gráficos, bases de datos y otras aplicaciones avanzadas. Asimismo, ayuda a almacenar datos de los

cálculos completos, como presupuestos; precisar matemáticamente comparaciones, llevar estadísticas y organizar encuestas.

- *Open Refine*: Trabaja con datos desordenados, los limpia y transforma de un formato a otro.

1.1.4. Desarrollo del periodismo de datos.

Con el surgimiento de Internet, acceder a las fuentes de información se convirtió inmediato y gratuito, lo que generó un gran avance en el uso de la tecnología para el periodismo. Entre 2005 y 2007 para el uso de datos surgieron nuevas tecnologías y herramientas digitales a bajos precios.

Como señalamos anteriormente el primer trabajo considerado de Periodismo de Datos fue de Meyer en el diario *The Miami Herald* cuando decidió analizar una queja ciudadana acerca de lo costoso que eran los seguros escolares contra los incendios y huracanes. Luego de ello varios periodistas han optado por el periodismo de datos. Es así que se hará un recuento de los años más importantes en la evolución del Periodismo de Datos.

En 2007 la *Knight Foundation* premió el proyecto *Everyblock* que facultaba a los usuarios obtener información acerca de su barrio gracias a una programación originada de una base de datos (Ferrerez, 2012: 121). Asimismo, en 2009 el premio Pulitzer fue otorgado a *Petersburg Times* con el proyecto *Polifact*, en el que se demostraba que los periodistas junto con Internet pudieron dividir los acontecimientos de la retórica de las campañas electorales para alumbrar a los votantes: indicaron los jurados del concurso. “Las bases de datos en línea se están convirtiendo rápidamente en una herramienta importante para el periodismo watchdog en la era digital. Al identificar a Polifact como el mejor reportero del año” señala el editor del *Knoxville News Sentinel*, Jack McElroy.

En 2009, nace el movimiento *Hack and Hackers* conformado por tres periodistas con el interés de converger el periodismo y la tecnología. Rich Gordon (Northwestern University), Aron Pilhofer (*The New York Times*), y Burton Herman (ex corresponsal de AP) fundaron una comunidad internacional que fomentaba reuniones entre expertos en tecnologías y periodistas para intercambiar ideas e interactuar entre ambos mundos y así elaborar mejores investigaciones.

El siguiente año (2010) el ECJ (Centro Europeo de Periodismo) creó en Ámsterdam la primera conferencia sobre periodismo de Datos, donde salió la iniciativa de escribir un texto denominado: Manual de periodismo de Datos, que salió a la venta en 2011, que también se encuentra disponible en línea. El libro está basado en una muestra del periodismo colaborativo, debido que periodistas de diferentes medios comparten las herramientas que utilizan para hacer periodismo. Los profesionales que participan en este texto son de *la BBC*, *La Nación* (Argentina), *Chicago Tribune*, *The New York Times*, *Australian Broadcasting Corporation*, *The Guardian*, *Pro Publica*, *The Washington Post*, *The Texas Tribune*, entre otros.

También en 2011 la *Knight Foundation*, premió 116 proyectos con relación a la innovación en el ámbito del Periodismo de Datos, y para el desarrollo de los mismos se destinaron 4,7 millones de dólares. Actualmente para desarrollar el Periodismo de Datos, centros como *Knight* para el Periodismo en las Américas, *Poynter Institute* e IRE, dictan cursos presenciales y en línea para capacitar a los periodistas en temas de: bases de datos, visualizaciones y herramientas digitales para el desarrollo del periodismo.

1.1.5. Tendencias.

The Washington Post lanzó una visualización de datos interactiva sobre el cambio climático, donde los espectadores podrán descubrir los problemas ambientales más urgentes en varias ciudades.

The Guardian y *Buzzfeed* utilizaron datos *Trends* para contar la historia de la reciente elección del Reino Unido; *Buzzfeed* produjo un mapa de líder del partido más buscado en cada circunscripción, y *The Guardian* utiliza tendencias durante la campaña para mostrar que los votantes estaban pidiendo Google acerca de los candidatos.

HLN integra datos de *Google Trends* en su televisión de programación durante el Mes del Orgullo LGBT de explorar cuando términos como "transgénero" fueron ampliamente utilizados en todo el mundo.

CNN en su segmento de Política, hizo actualizaciones mensuales sobre los intereses, búsqueda y preguntas principales acerca de los candidatos presidenciales de los Estados Unidos.

1.1.6. Perfil profesional del periodista de datos.

El perfeccionamiento de la tecnología, como ya sabemos, ha dado lugar a nuevos desafíos que antes no se planeaban. Los profesionales que aceptan estos diferentes retos se han podido adaptar a los cambios y valerse de las nuevas herramientas para seguir haciendo su labor (contar historias). Chiqui Esteban (2012: 19) dice: "han surgido nuevos perfiles profesionales por la necesidad de aunar capacidades, de analizar los nuevos ambientes mediáticos, de encontrar nuevas fórmulas de contar historias con las herramientas hoy disponibles y hasta ahora desconocidas".

El período actual está representado por grandes volúmenes de datos, por ello se requiere la modalidad del periodismo de datos en la que sus profesionales deben representar los datos estructurándolos, proporcionándoles contexto, analizando y creando información de calidad (García y Rodríguez, 2013).

Otros autores igualmente razonan el avance como el segmento clave del nuevo periodismo. "Ante esta evolución del periodismo se cierne un futuro prometedor de los reporteros. Aunque para ello, tendrán que pasar por conocer temas como la experiencia en análisis de datos, búsqueda de información, visualización de datos, aplicación de datos en historias periodísticas, manejos de herramientas digitales, entre otros, serán las claves para el periodismo que muchos empiezan a explorar" (Flores y Salinas, 2012:7).

Especialistas como el docente Flores conciben al periodista de datos como "Data Delibery Editor" o también como "creador de mashups³", se trata de un profesional que realiza su trabajo periodístico en base a elementos que aparecen en la red, incluyendo tanto aplicaciones tecnológicas como contenidos informativos (Flores y Salinas, 2012).

Un periodista de datos es "un profesional que puede estar formado en documentación, periodismo o cualquier otra disciplina, que posee un aditivo de conocimiento necesario para la gestión de datos y clasificación de información, así como para la búsqueda, procesamiento, interpretaciones concluyentes, análisis de datos y capacidad para crear y publicar información con una narrativa propia que se desprende del propio género utilizado. Deberá manejar

grandes cantidades de información, deberá clasificar y después, introducir esos datos en las aplicaciones tecnológicas de uso, por donde considere que su información tendrá más impacto” (Flores, 2012: 226).

“Cabén muchas descripciones en este perfil, pero se trataría principalmente de una persona capaz de tratar y analizar grandes bases de datos y, sobre todo, ser capaz de encontrar historias dentro de ellas. En un mundo en el que el acceso a la información es más sencillo, el reto es saber poner orden, buscar las pepitas de oro y ser capaz de localizar las tendencias y aquellos contenidos que se salen fuera de la norma” (Esteban, 2012: 20).

Las competencias de un periodista de datos surgen de la contextualización (pieza clave), luego se va a la visualización, es decir del producto final; según afirman García Chico y Rodríguez Brito (2013:59):

“La contextualización, por su parte, está asociada a las competencias profesionales del Periodismo independiente del medio y tiene que ver con el análisis e interpretación de los datos, así como con la búsqueda de nexos entre diferentes acontecimientos; pero también con la investigación y búsqueda de criterios especializados, cuando los saberes acumulados no son suficientes. Por último, para elaborar el producto final es necesario decidir cómo visualizar los resultados. En esta etapa se hace imprescindible trabajar en equipos multidisciplinares”

1.2. Periodismo en tiempo real

1.2.1. ¿Qué es el periodismo en tiempo real?

El periodismo en tiempo real surge con la revolución de Internet, debido a que este impulsó la instantaneidad del periodismo. Hace diez años, la forma más común para que los periodistas se enterasen de una noticia era escuchar o experimentar algo de primera mano, o por medio de la recepción de información a través de las diferentes agencias de noticias.

El periodismo en tiempo real hace mención al ejercicio de informar a la población al mismo tiempo que ocurren los acontecimientos desde el campo periodístico, sala de redacción, sala de reuniones, estadio, calles, por medio de múltiples plataformas y herramientas digitales. Sin embargo, no se deja de prestar atención a todo lo que dicen las audiencias. "Hay más y más información libre en la web, por lo que encontrar la señal en medio del ruido es cada vez más difícil" (...) "En segundo lugar, el ciclo de vida de la información es cada vez más y más efímera por lo que averiguar acerca de las cosas más rápido y sacarlo en *Twitter* y *Facebook* se vuelve un reto para los medios de comunicación”, dijo James Montgomery, director, digital y tecnología de *BBC News* y *BBC World Service*.

El periodismo en tiempo real es aquel que se activa al mismo tiempo en que los hechos suceden. La principal de estas novedades (inmediatez) agregadas por el nuevo medio, la instantaneidad en la entrega de la información, provoca que Quim Gil en 1999 asegure que la Red es un medio de publicación instantánea que altera las rutinas a las que están

acostumbrados los medios periódicos o con parrillas horarias. De la misma forma, Ignacio Ramonet (Bullón, 1999) llega a decir que Internet establece definitivamente el tiempo real, la instantaneidad, como ritmo normal de la información. Por ello, el periódico tradicional cuya diferenciación esencial es la de ser un producto perecedero por naturaleza (la información que sale a la venta es vieja, puesto que al momento de su distribución hay noticias que no se pudieron recoger), puede proyectarse la posibilidad de tener una actualización constante de sus contenidos por medio de las redes sociales.

Por primera vez en su historia, el periódico tradicional, cuya característica esencial es la de ser un producto perecedero por naturaleza (el diario "nace viejo", cuando sale de la rotativa ya hay numerosas novedades informativas que no puede recoger), puede plantearse como una posible actualización constante de sus contenidos.

El periodismo en tiempo real surgió en Latinoamérica el 13 de marzo de 2013 con la aparición del humo blanco en el Vaticano, en este día, la atención de los medios de comunicación estaba centrada en los cónclaves que tenían lugar entre cardenales para elegir al sucesor de Benedicto XVI.

El nombre del nuevo Papa era el factor sorpresa de este acontecimiento, pues ningún medio de comunicación tenía a Bergoglio (cardenal argentino) en la lista de favoritos, y que este sería el nuevo encargado de la Iglesia Católica, por ende suscitó una espiral informativa a nivel mundial y, especialmente, en Argentina. El consumo mediático permitió seguir esta noticia en televisión, medios digitales y redes sociales por el lapso de tres horas en las que se anunciaba detalle a detalle del posicionamiento del nuevo Papa. Por medio de esa observación –en tiempo real- se cercioró la abrumadora inmediatez con que la noticia del nuevo Papa copó las redes sociales de los diferentes medios de comunicación, incluso antes de que la información estuviera disponible en las páginas web.

1.2.2. Características.

En tiempos de Internet, los medios y el periodista se ven obligados a trabajar en lo que Alejandro Rost (2012) ha llamado la "actualidad múltiple", es decir, respondiendo a ritmos de trabajo distintos en la construcción de la noticia.

"Siempre se ha dicho que una de las características que definen al periodismo digital es la actualización permanente. Sin embargo, creo que es más rico pensar en una actualidad múltiple. Es decir, el medio puede ofrecer un menú amplio que va desde la actualidad en vivo, la actualidad reciente (entre la noticia de último minuto y la que se renueva con frecuencia diaria), la actualidad prolongada y la actualidad permanente, hasta incluso los contenidos que no son de actualidad, disponibles en las hemerotecas digitales" (Rost, 2012).

Por ellos las características del periodismo en tiempo real son:

a) Interactividad.- ayuda al periodismo al intercambio de roles entre emisor y receptor, brindándoles igualdad de condiciones. Aquí se establece una serie de niveles que involucra desde ver y leer en un sistema informático hasta interrogar, jugar y explorar y llegar a construir y componer información en el medio (Cely Álvarez, 1999). Es decir, la interactividad le permite al usuario no solo responder de inmediato a la información publicada, sino le permite enviar sugerencias, cartas al director, comentarios, etc., asimismo puede contactar con otros

usuarios mediante conversaciones y cambios de opiniones. A este respecto Núñez Aldazoro (1999) afirma: “El ansiado *feedback* comunicacional ya es posible gracias a los medios interactivos basados en soportes multimedia. Tanto el periodismo informativo como el de opinión se prestan a que el usuario-receptor del mensaje pueda comentarlo, refutarlo, incluso modificarlo o aportar datos nuevos. (...). Sin duda, este nuevo elemento también representa un desafío para el comunicador digital, pues sabrá que ahora (específicamente en el futuro) casi todas las informaciones periodísticas que comunique no sólo serán analizadas y disecadas por los lectores y afectados, sino también respondidas y comentadas, incluso en el mismo momento de difundirlas”.

b) Instantaneidad.- desde la segunda mitad del siglo XIX, ha existido una relación entre velocidad e información. Por ello se ha modificado la forma de entregar noticias al público. La instantaneidad rompe barreras espaciales y pone en contacto de forma inmediata con el medio de comunicación.

c) Continuidad: los contenidos que publican están en constantemente refrescándose y por ende la persona puede seguir la noticia minuto a minuto.

d) Versatilidad: Nos permite leer contenidos informativos y publicitarios, también se puede entrar a un foro de debate, chat, páginas webs relacionadas, entre otros (está fusionada con la interactividad)

e) Transnacionalidad: traspasa barreras territoriales, debido a que se puede acceder a la información desde cualquier lugar del mundo.

f) Transtemporalidad: rompe las barreras del tiempo. Se puede acceder desde cualquier dispositivo que tenga Internet y a cualquier hora del día, y nos brinda acontecimientos actualizados.

1.2.3. Herramientas del periodismo en tiempo real.

Hace décadas dejamos de esperar al diario impreso del día siguiente, para enterarnos que pasó ayer, el “vivo” de la radio y televisión para el relato de las noticias también planteó un reto distinto, pero con el surgimiento de Internet cambió radicalmente el consumo segundo a segundo de noticias. Las audiencias cada día están más activas a la hora de comentar, compartir y aportar información en tiempo real.

Las noticias no terminan de construirse nunca, mucho menos en Internet, donde están sometidas a una constante evolución por la información que publican los periodistas debido a la misma dinámica de la realidad. Las herramientas que se utilizan para el periodismo en Tiempo Real son: Facebook y Twitter.

Facebook: Esta red social alberga miles de medios de comunicación que han decidido volcar su información gracias a las posibilidades de uso y difusión. Cuenta con más de 1.000 millones de usuarios, que permite a los periodistas llegar a casi todos los rincones del planeta con sus publicaciones.

Twitter: Sirve para comunicar noticias de forma rápida y fácil. Es una herramienta grandiosa para difundir noticias de último momento, por lo que es un medio simple y veloz. Esta nueva herramienta del periodismo en Tiempo Real ha asentado nuevas bases del modelo comunicacional como: el tiempo real. “Twitter se instaló como la herramienta por excelencia

para el tiempo real, aunque algunos medios desarrollaron sus propias herramientas y sus propios mecanismos. El valor agregado es contar antes que otros lo importante, o por lo menos al mismo tiempo” indica (Vargas, 2012).

1.2.4. Desarrollo del periodismo en tiempo real.

Internet con sus diferentes tecnologías y plataformas han revolucionado el modo de hacer periodismo. El surgimiento de Internet no solo terminó la hora de cierre de noticias, sino que diversificó las rutinas de los medios (radio, prensa y televisión) y periodistas, venían trabajando con viejos mecanismos aceitados. Uno de las áreas que se ha modificado mayormente es el de actualidad. Gomiz Lorenzo (1991: 39), estableció una clasificación en torno al concepto de actualidad como: “actualidad reciente” esta actualidad tiene exclusividad en el instante en que se produce. Por otro lado también podemos hablar de una “actualidad prolongada” información cuya actualidad perdura por varios días e incluso meses. Y finalmente tenemos “actualidad permanente” abarca temas que por estrecha relación con aspectos esenciales de la vida de las personas son de permanente actualidad.

En 2013 se dio inicio al periodismo de tiempo real con la difusión del nombre del nuevo Papa “Francisco” como el actual conductor de la Iglesia Católica. Este periodismo “en vivo” permitió difundir todos los acontecimientos que se suscitaban minuto a minuto en el Vaticano. Asimismo, se certificó la abrumadora inmediatez con la que la noticia del Papa acaparó las redes sociales, antes que estuviera en los medios tradicionales o páginas webs.

“Cibermedios argentinos fueron los primeros en publicar este acontecimiento: La Gaceta, La voz, Clarín y La Nación. En las páginas web de estos medios se dio a conocer el nombre del nuevo Papa; La Gaceta: “*Habemus Papam*”: hay nuevo pontífice; La Voz: *Habemus Papam: fumata blanca en el Vaticano* Clarín: *La Iglesia Católica ya tiene un nuevo Papa*; La Nación: *Habemus Papam: la Iglesia Católica tiene nuevo Pontífice*” (Quiroga, 2013).

En 2010 surgió una nueva aplicación llamada “*Snapchat*” que se sumó a la nueva forma de realizar periodismo en tiempo real. Esta aplicación se caracteriza por el contenido que es escogido para ser publicado (un solo tema) en una sola nota, el cual es creado por los propios usuarios.

La cobertura más singular publicada en *Snapchat* fue la del referéndum griego, quienes explicaban a los espectadores lo que ocurría mientras votaban. Medios de comunicación como *ESPN* Y *CNN*, etc., tienen cuenta en esta aplicación, donde colocan las noticias más destacadas del día.

1.2.5. Tendencias.

El periodismo en tiempo real tiende a desarrollarse a través de las apps que son el primer punto de acceso a Internet por medio del móvil “*smartphones*”, es así que las redes sociales han consolidado durante estos últimos años una relación paralela con las aplicaciones de redes sociales y mensajería instantánea, según un estudio realizado por IAB SPAIN denominado “Estudio de Mobile Marketing”.

Las aplicaciones *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp* y *Line* son las herramientas que tienen mayor uso periodístico a nivel mundial. Medios como *BBC* (Reino Unido) y *Journal Extra* (Brasil) son los que tienen mayor interacción por medio de *Whatsapp* y *line* con su audiencia.

Sin embargo las tácticas móviles están desarrollando videos narrativos cortos para *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Vine* o *Snapchat*, así como también para las plataformas de mensajería instantánea. Por ello, es importante examinar y diseñar una estrategia de contenidos para cada plataforma. En frases de Ana Bernal Triviño afirma que las tendencias para el 2015 sería el microperiodismo, es decir el periodismo que se está haciendo durante estos últimos años por medio del formato móvil, que luego se hacen virales.

Otra de las tendencias de periodismo de tiempo real es que los contenidos que emite se vuelven virales debido a las nuevas narrativas que se están implementando y que son compatibles con los formatos de fácil consumo de las redes sociales, por ello se debe desarrollar fórmulas para seguir generando nuevos contenidos virales.

1.2.6. Perfil profesional del periodista en tiempo real.

A partir de la convivencia entre los periodistas e Internet, la producción, investigación y difusión de información han evolucionado. Inclusive los propios perfiles del periodista, el medio y el público han experimentado cambios radicales (Salaverría, 2004).

Cuando una plataforma colaborativa ayuda a activar de forma inmediata y espontánea cada suceso que transforma la actualidad, les brinda a los periodistas una gran oportunidad para realizar seguimiento “en vivo” de lo que ocurre, con pequeñas notas que comparten a sus audiencias.

En la actualidad el periodista de tiempo real se encuentra ante el reto de hacer periodismo de “actualidad múltiple”. Por ello el periodista debe tener la capacidad de realizar trabajos generalmente en equipo y en varios frentes a la vez para cubrir una noticia en tiempo real, la cual irá evolucionando en el transcurso de las horas.

En la actualidad el periodista de tiempo real se encuentra ante el reto de hacer periodismo de “actualidad múltiple”. Por ello el periodista debe tener la capacidad de realizar trabajos generalmente en equipo y en varios frentes a la vez para cubrir una noticia en tiempo real, la cual irá evolucionando en el transcurso de las horas.

1.3. Periodismo inmersivo

1.3.1. ¿Qué es el periodismo inmersivo?

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el término inmersión como la acción de introducir o introducirse plenamente algo o alguien en un ambiente determinado. Por medio del periodismo de inmersión, también llamado “periodismo gonzo”, el periodista relata acontecimientos no sólo dando testimonio de estos hechos sino que experimenta en primera persona lo que ocurre.

Por ello, el periodista se introduce plenamente en un tema, por un tiempo determinado para luego relatar su experiencia bajo una perspectiva personal. Su intención es percibir la realidad a través de la experimentación de la persona que investiga. Luego de ello se realiza la producción de la información de forma que los espectadores puedan moverse libremente (con ayuda de gafas 3D) por diferentes escenarios (3D) y así experimentar en primera persona los acontecimientos que se produjeron.

Me parece que el proceso real de esta cosa que llamamos periodismo de inmersión no es tan diferente de cualquier otro tipo de informes. “Yo vengo de un fondo en el que los periódicos tienen días u horas para encontrar y montar una historia (no meses o años). Y, mientras que el proceso de escritura es necesariamente muy diferente debido a esas limitaciones de tiempo, puedo decir que los mejores periodistas son realmente inmersos en sus temas, lo sepan o no” (Humes, 2001).

El objetivo del periodismo de inmersión es permitirle al participante ingresar virtualmente a un escenario recreado donde pueda observar la noticia tal y como ocurrió. “En un sistema de inmersión, como una cueva la persona puede ver su propio cuerpo real, y su avatar sólo a través de las sombras y reflejos en objetos virtuales en el entorno, aunque otras personas en línea también pudieron ver el avatar directamente” afirma (Neira, et al., 1992). El participante puede entrar y visitar la historia de dos formas: como él mismo (primera persona), como visitante (a través de la apariencia de un personaje representado en la noticia).

El periodismo de inmersión es una nueva forma de utilizar plataformas de juego y entornos virtuales para transmitir documentales, noticias reales. Los materiales primordiales para hacer periodismo inmersivo son videos, imágenes y música para reforzar que actúan sobre la narrativa audiovisual.

El término “periodismo gonzo o inmersivo” fue aplicado en Estados Unidos como una alternativa al estilo periodístico de ese entonces, en 1970, por Bill Cardoso, periodista del diario *Boston Globe*, quien calificó por primera vez como ¡gonzo puro! al artículo de “*El Derby de Kentucky*”.

Uno de los ejemplos más destacados en Periodismo de Inmersión es el libro que realizó Truman Capote denominado “A sangre fría” publicado en 1965.

“Este libro fue el resultado de su investigación sobre los detalles y los personajes involucrados en una investigación de un terrible asesinato que tuvo lugar en un pueblo del estado norteamericano de Kansas llamado

Holcomb. La familia Clutter había sido atada y acribillada por personas desconocidas sin móvil aparente. *The New Yorker* envió a Capote al lugar para conocer los hechos. Capote siguió la investigación durante seis años, habló con los habitantes del pueblo y se ganó la confianza de los asesinos para que le relataran su vida” (Domínguez, 2014).

El periodismo inmersivo tiene como inicios la realidad virtual que se dio en 1838 con Charles *Wheatstone* (inventor británico) quien creó el primer estereoscopio (gafas en las que se colocaba dos fotografías diferentes en cada ojo) que permitía recrear un mundo en nuestro cerebro con imágenes en 3D y creaba una sensación de profundidad. En la actualidad gracias a los avances en los sistemas de inmersión se pretende explorar otros escenarios que vayan más allá de los videojuegos como: la medicina, la educación y la comunicación.

Periodísticamente al concepto inmersión lo empleamos en el ámbito anglosajón para pretender que el reportero pase la mayor parte de su tiempo conociendo e investigando la realidad que desea contar a su público. En el periodismo de inmersión para narrar al público una realidad es necesario llegar al fondo de los acontecimientos.

El periodismo de inmersión parte de la premisa de que para narrar al público una realidad es preciso conocerla en profundidad. La inmersión del reportero se presenta como condición necesaria para conseguir la posterior inmersión en el relato periodístico.

El proceso real de esto que denominamos periodismo de inmersión no es diferente de otro tipo de información. Vengo de una información en los periódicos, donde tienes días u horas para encontrar y componer un relato, no meses o años. Y, si bien el proceso de escritura es necesariamente muy diferente debido a estas limitaciones de tiempo puedo decir que los mejores periodistas están realmente inmersos en sus temas, lo sepan o no (Humes, 2001).

1.3.2. Características.

La idea principal del periodismo de inmersión es permitirle al usuario ingresar a una realidad recreada por medio de un escenario virtual. Por ello una de las características principales que se considera en el periodismo inmersivo es el “tiempo” pues se requiere bastante de ello para adentrarse a situaciones y comunidades ajenas, con el objetivo de interactuar con el entorno y vivir en carne propia las vivencias y perfiles de los personajes principales. Aunque en estas últimas décadas se ha pretendido eliminar el factor tiempo de las salas de redacción, pues se considera que el tiempo juega en contra a la hora de entregar noticias.

Otras características del periodismo inmersivo son:

Sujeto.- El periodista y audiencia que van a insertarse en el relato (3D) para conocer los acontecimientos.

Escenario.- El ambiente (interfaz) donde se va a desenvolver la historia. Ofrece la sensación de presencia en el lugar de los hechos, de “estar allí”.

Acción.- Consiste en la cooperación del lector al realizar acciones físicas sobre la interfaz del relato. Es decir, la acción con el contenido facultará una experiencia de sustitución y de actuación en el relato. La acción en el relato incurre en tres niveles: el orden del relato, la escena y el punto de vista. En cada punto, la acción puede tener calidad narrativa o no tenerla. Por ello la acción con el relato tiene que estar fusionadas para ser parte de la narración.

No obstante, el formato del producto periodístico tiene unos condicionantes de espacio (en el caso de la prensa) o de tiempo (en el caso de la radio y la televisión) que limitan al periodista en los detalles de la historia que puede narrar (Martín, 2013: 86).

1.3.3. Herramientas del periodismo inmersivo

El proceso para la narración de la información en el periodismo de inmersión no difiere de cualquier otro tipo de información, Humes (2001) nos dice:

“Vengo de una formación en los periódicos, donde tienes días u horas para encontrar un relato, no meses o años. Y, si bien el proceso de escritura es necesariamente muy diferente debido a las limitaciones de tiempo, puedo decir que los mejores periodistas están realmente inmersos en sus temas, lo sepan o no”.

Las herramientas utilizadas en el periodismo inmersivo son:

- a) Las imágenes 3D que permiten al participante disfrutar de una experiencia sensorial ampliada, que le permite experimentar de forma más realista las emociones que acompañan a la noticia.

Crear imágenes tridimensionales para Lev Manovich es:

“La introducción de una imagen sintética en movimiento, con las imágenes interactivas en 3D y la animación por ordenador. Con estas tecnologías el espectador tiene la experiencia de desplazarse por un mundo tridimensional simulado; algo que no podemos hacer con una pintura ilusionista” (2005: 246).

- b) También se necesita un equipo de profesionales digitales: modeladores y animadores 3D, diseñadores de personajes e ingenieros de sonido.
- c) Asimismo, es indispensable un ordenador donde se recrearán las escenas, para esto se necesita el material original grabado en hechos reales.

1.3.4. Desarrollo del periodismo inmersivo.

“Es erróneo escribir sobre alguien con quien no se ha compartido al menos un poco de su vida”, asegura Kapuscinski (2002: 29). Inmersivo se puede definir a breves rasgos como una manifestación de la historia que permite al usuario de Internet interactuar con elementos del relato o con datos. En lugar de “leer” una historia online el usuario tiene que hacer algo y en el proceso aprende y entiende mejor el tema” (Outing, 2002).

El periodismo inmersivo tiene sus raíces en los años 80. En estos años se publicaban videojuegos que recogían temas de gran importancia y actualidad. La finalidad de ello era emitir información de la misma manera que lo hacían los medios tradicionales

(prensa, radio y televisión), con la diferencia que estos videojuegos ofrecieran al usuario generar un entorno de simulación sobre las noticias más importantes.

Los juegos con mayor trascendencia fueron: “*Balance of Power*” inventado en 1985 por Chis Crawford, el videojuego consistía en simular ser presidente de Estados Unidos o de la Unión Soviética, por el periodo de ocho años. En 1989 se creó otro juego denominado “*Nuclear War*” de *New World Computing*, donde se figuraba la batalla nuclear que provocó la quiebra económica de URSS.

En palabras de Rodríguez dice que: el potencial que pueden llegar a brindar los videojuegos en aspectos muy significativos de la información ha sido muy habitual durante el siglo XX (2011), por lo que la unión de los *newsgames* con la práctica periodística es cada vez más continua.

En 2003 Ian Bogost con su libro denominado “*Newsgames: Journalism and play*” realiza una publicación del videojuego “September 12th” inventado por Gonzalo Frasca (considerado uno de los padres de los *newsgames*) que dirige sus investigaciones a la aplicación de los videojuegos en el ámbito informativo. El triunfo de “September 12th” se centró en la polémica guerra de Iraq, en la que el jugador realizaba una crítica personal acerca del conflicto, este *newsgames* consiguió 13 millones de jugadores.

En 2009 la revista *Wired*, creó el juego “*Cuthroat Capitalism*”, que trataba acerca del modelo económico de la piratería somalí. Por otro lado el *Tow Center For Digital Journalism* de la Universidad de Columbia ha decidido poner en marcha un proyecto cuyo objetivo es desarrollar prototipos de cámaras y de grabación de audio capaces de recrear de la forma más realista posible los escenarios reales en que se produce la noticia. Pero, además de la parte tecnológica, el periodista también deberá adaptar su narración a esta nueva herramienta y ser capaz de transmitir al usuario un relato de los hechos acorde con esta experiencia. El objetivo es crear una sensación de «presencia social» o «co-presencia», que puede despertar la capacidad de empatía.

A finales del 2015 Facebook lanzó al mercado *Oculus Rift* para utilizarlo con el Smartphone Galaxy Note 4, el cual permitiría visualizar imágenes 3D. Varias empresas están apostando por el periodismo inmersivo, es así que están diseñando dispositivos para contar historias y recrearlas. Es así que Google diseñó un visor de cartón de bajo precio, ingenieros de Apple están desarrollando aplicaciones para realidad virtual.

Actualmente el *Tow Center For Digital Journalism* ha desarrollado un proyecto que busca desarrollar prototipos de cámaras de audio y video, que brinden una experiencia más documental o fotoperiodística que a un videojuego.

Por otra parte el primer diario que realizó un trabajo de periodismo inmersivo fue “*Des Moines Register*” denominado “*Harvest of change*” (cosecha de cambio) en la que por medio del casco *Oculus* de realidad virtual, recrea una granja en la que se puede caminar en un ambiente en la que aparece datos, videos y fotografías reales.

La situación de inmersión que otros viven es el método de aproximación a la realidad del reportero: “Para los periodistas que trabajamos con las personas, e intentamos comprender sus historias, tenemos que explorar e investigar, la experiencia personal de

cada una, (...) La fuente principal de nuestro conocimiento periodístico son “los otros” (Kapuscinski, 2002: 37).

1.3.5. Tendencias.

La reciente publicación del libro *Newsgame*, de Ian Bogost, Simon Ferrari y Bobby Schweizer (2010), dan una muestra de la actualidad en la reflexión sobre la encrucijada del juego, el periodismo y la inmersión. Por ello el periodismo inmersivo está inclinándose actualmente a los videojuegos.

Esta tendencia es una nueva idea de fusionar periodismo con videojuegos, lo que permitirá unir plataformas lúdicas para la práctica de periodismo. Estos nuevos profesionales proponen un diseño que muestre el punto de vista informativo, pero al mismo tiempo entretenimiento.

Esta tendencia de los *newsgames* trata de contar por medio de conceptos, problemas e historias verdaderas los sucesos que ocurren en un determinado lugar. Por otro lado los juegos realizan una combinación de la investigación, donde se ofrece a la audiencia un ambiente de ficción basada en información de la vida real.

Gonzalo Frasca es el pionero en hacer trabajos de investigación con *newsgames*. Frasca busca transmitir, generar y sobre todo hacer que los internautas analicen un acontecimiento determinado, ya sea noticia o evento desde la mecánica y los objetivos planteados en cada *newsgames*.

Los usuarios apreciarán los acontecimientos en primera persona, por ello los profesionales en periodismo inmersivo están en la obligación de generar contenido que vaya más allá de la observación y objetividad.

1.3.6. Perfil profesional del periodismo inmersivo.

El periodista que trabaja en el área de periodismo inmersivo tiene que coexistir durante un tiempo prudente con la realidad social que quiere plasmar, para así transmitir toda la esencia de los acontecimientos.

El periodista debe interpretar lo que observa para así brindarle un sentido a la narración. La actividad periodística es dar una representación a los hechos convirtiéndolos en noticias, en información enmarcada en los diferentes formatos de los medios de comunicación. El periodismo es una labor interpretativa y enunciativa, en la que se empalabra la realidad, por lo que su resultado es un relato de no ficción sobre el que recaen las mismas exigencias que sobre cualquier otro relato que deba ser de interés (Martín, 2013: 25).

Este nuevo estilo de periodismo tiene precedentes norteamericanos en el siglo xx, debido a varios trabajos realizados por *muckrakers*, en el que los reporteros indagaron y evidenciaron la corrupción de varias empresas capitalistas y del Estado, infiltrándose en estas empresas para llegar al fondo de este problema.

Tu problema principal como reportero es, sencillamente que consigas permanecer en el tiempo suficiente para que las escenas tengan un lugar

ante tus propios ojos. No existen reglas ni secretos artesanales de preparación que le permitan a uno llevar esto a cabo; es definitivamente un test de personalidad. Este trabajo previo no resulta más fácil sencillamente porque lo hayas hecho muchas veces (Wolfe 1994:76).

El periodista dota de sentido a la información mediante un proceso de interpretación. Podemos afirmar que la construcción de la información responde a una estrategia narrativa cuya materia prima no son hechos desnudos, salvo en el caso de los datos, sino los relatos subjetivos implicados en el ciclo informativo. (Martín, 2013: 26).

También Phil MacGregor deja claro que esas opciones no interferirían en la coherencia lineal del relato: “Los periodistas podrán atrapar a los usuarios a través de una historia inmersiva multimedia: un relato de un corazón lineal, con opciones para profundizar y ampliar de un modo sin precedentes” (Mac Gregor 2003:8).

1.4. Periodismo dron

1.4.1. ¿Qué es el periodismo dron?

El periodismo dron trata de investigar e informar a la ciudadanía por medio de drones. Los drones (vehículos aéreos no tripulados) son dispositivos electrónicos equipados con procesadores, motores, sensores, rotores, (movimiento, infrarrojo), cámaras de audio y video en alta calidad (HD), que desde el aire controlan, observan, fotografían, filman y verifican datos. También se los pueden utilizar para recopilar datos científicos sobre la climatología y otros campos.

U.S. Federal Aviation Administration (2010):

“El dron es un dispositivo utilizado o destinado a ser utilizado para el vuelo en el aire que no tiene piloto a bordo. Esta incluye todas las clases de aviones, helicópteros, dirigibles y aviones sustentación trasnacional que tener ningún piloto a bordo. Aviones no tripulados se entiende que incluye sólo los aviones controlable en tres dimensiones y por lo tanto excluir los globos tradicionales y sin alimentación planeadores”.

El periodismo dron tiene sus raíces en el entorno militar pues fueron construidos por la empresa *General Atomics* y los denominaron “*Drones Predators y Reapers*”. Los drones permiten tomar fotografías y videos en lugares de difícil acceso, por ejemplo: en manifestaciones se puede obtener un video en alta definición, sin la necesidad de alquilar un helicóptero para reportar las marchas en las calles.

1.4.2. Características.

El periodismo dron nos permite descubrir nuevos contenidos y relatar la noticia desde puntos de vista diferentes y sorprendentes. Actualmente la compilación de información ha cambiado notoriamente la forma de entender al periodismo. Las redes sociales, tecnología y la participación de la ciudadanía, son los principales mecanismos que se utilizan para entender la comunicación por medio de herramientas poco conocidas y utilizadas hasta el momento.

El periodismo dron se caracteriza por:

- Mejorar el tiempo en la recopilación de información.
- Optimizar la calidad de la información (imágenes, audios y videos) que se brinda al público.
- Accesibilidad a zonas inhóspitas y de difícil acceso.
- Reducir el riesgo al reemplazar las tareas peligrosas (trabajos de alturas) que hacen los periodistas.
- Recopilar datos y analizarlos al instante.

1.4.3. Herramientas del periodismo dron.

Este periodismo tiene la última estrategia para lograr conseguir imágenes reales sobre acontecimientos que son de difícil acceso. El dron es la única e indispensable herramienta que necesitamos para realizar Periodismo Dron. Este aparato tecnológico le permitió al periodismo mejorar, ampliar y agilizar el desarrollo y futuro de esta profesión. Asimismo, permiten grabar panorámicas espectaculares.

Con estos nuevos dispositivos se ha conseguido inmediatez, fidelidad y operatividad, pero con un valor añadido en cuanto a la labor general del oficio, como es la seguridad de los periodistas. Ya que con un aparato operado desde la distancia, no es necesario la presencia (cercanía) del periodista en el lugar de los acontecimientos.

En el ámbito del periodismo ciudadano este vehículo está transformando la manera de recibir información de manifestaciones sociales y de grandes manifestaciones como las que sucedió en Hong Kong denominada *Unmbrella Revolution* “Revolución de los Paraguas” por la razón que los paraguas fueron utilizados como escudos contra los ataques lacrimógenos de la policía, el periodista que cubrió esta noticia fue Nero Chan.

Por otro lado, la posibilidad periodística que brindan los drones va desde cubrir atentados o desastres naturales, hasta grandes manifestaciones como las de la primavera árabe o del movimiento *Ocuppy*.

1.4.4. Desarrollo del periodismo dron.

Utilizar plataformas aéreas para recolectar información y así realizar una mejor labor periodística no es una novedad, puesto que la evolución del periodismo gracias al surgimiento de nuevas tecnologías lo hace evolucionar constantemente.

“En el siglo XIX, correspondientes y fotógrafos intrépidos ascendían a los cielos usando globos aerostáticos para cubrir la Guerra Civil Americana (1861-1865); Lo mismo que su uso militar, para observación, en la propia Guerra de la Triple Alianza con el Paraguay (1865-1870), en 1866. Siglo XX: organizaciones mediáticas comienzan a ser usados aviones y más tarde, helicópteros para la cobertura de guerras, incendios, protestas y otras actividades de alto riesgo” (Prudkin, 2015: 23).

En noviembre de 2011 la carrera de Periodismo y Comunicación de Masas de la Universidad de Nebraska-Lincoln, impulsó la creación de un laboratorio Drone con el objetivo de ampliar y desarrollar el periodismo e innovar digitalmente.

En noviembre del 2013 el canal *CNN* noticias, usó en Filipinas este aparato para cubrir el desastre que causó el tifón *Haiyan* en la ciudad de *Tacloban*. El dron que sobrevoló el lugar fue manipulado por el periodista británico Lewis Whyld, quien captó imágenes de la ciudad que estaba bajo escombros. Lewis en una entrevista realizada por el diario *New York Times* sostuvo que: Internet esta para hacer coberturas con drones, debido a que es un medio digital que no puede limitarse con las fotos, como lo hace el periódico con imágenes fijas.

En el mismo año diario *El Comercio* de Perú hizo una cobertura de la feria gastronómica de *Mistura*, realizada en el distrito de *Magdalena del Mar*. En este reportaje se observó cómo peruanos y extranjeros degustaban los platos.

Debido a discusiones entre autoridades gubernamentales acerca del uso correcto de estos aparatos, diferentes universidades han implementado materias para impartir conocimientos sobre estos dispositivos. La Universidad de Missouri en Estados Unidos, agregó a su malla la asignatura denominada “Ciencia de Reportaje Investigativo: Periodismo dron” con el objetivo de hacer que los estudiantes elaboren reportajes con este vehículo aéreo. El profesor Bill Allen es quien dicta esta materia y argumenta que: “Nuestro objetivo es conducir a la profesión periodística a través de la innovación hasta esta nueva forma de cobertura informativa”.

La Administración Federal de Aviación en 2015 realizó una previsión acerca de la actual tendencia en la compra de drones, y afirman que si sigue la compra de estos dispositivos, para 2030 podrían estar volando alrededor de 30.000 drones. En la actualidad no son muy utilizados, debido a los impedimentos del gobierno cuestionando la implementación de una ley que rija la utilización de estos vehículos en la comunicación.

También los aviones no tripulados ayudan a predecir el futuro, y a recolectar datos, puesto que están permitiendo realizar coberturas de la vegetación y los efectos de la sequía que se está dando en los antiguos templos de la Amazonía.

1.4.5. Tendencias.

En base a las diferentes tendencias tecnológicas sobre el uso del dron, hay que reconocer que a mediano plazo estos aparatos serán cada vez más pequeños, livianos, fáciles de transportar y manejar. Estos nuevos dispositivos ayudarán a llegar a zonas de difícil acceso. Cabe recalcar que ya se han diseñado drones tan pequeños como del tamaño de un insecto, esto generará una mayor producción de dispositivos e incremento de la oferta en el mercado comunicacional.

De acuerdo al abanico de posibilidades que se abren con el implemento de esta herramienta, se podrán utilizar los drones para cubrir eventos como: Catástrofes naturales (terremotos, erupciones volcánicas, etc), eventos deportivos, manifestaciones, zonas conflictivas (guerras, cultivos ilegales, etc.), culturales y científicos, deportes extremos, accidentes de gran magnitud (descarrilamientos, colisiones en cadena, etc.) y atentados terroristas.

1.4.6. Perfil profesional del periodista dron.

Tanto el periodismo como los periodistas han sido siempre pioneros en la adaptación urbana de la tecnología cuando procura ventajas convincentes para la recolección de información (*newsgathering*).

Para definir el perfil de este nuevo periodista cabe recalcar que el periodista dron es un testigo ocular que basa su validez por medio de la presencia en el lugar de la noticia. La llegada del dron a los medios de comunicación, dio paso a un nuevo profesional en el periodismo, llamado periodista dron, y con él una nueva forma de cubrir las noticias. Las responsabilidades del profesional aumentan, porque el uso de drones comporta una serie de nuevos códigos y principios que se deben considerar.

En cuanto al comportamiento ético, se agregan cuestiones como no irrumpir o violar la privacidad y seguridad de las personas. En este sentido, la “Sociedad de Profesionales de Periodismo Drone” a través de su página web (dronejournalism.org) se dedica a hacer un marco ético, educativo y tecnológico. Dentro del marco ético hay principios que regulan el trabajo del periodista dron como son: respetar el derecho y los espacios públicos, utilizar los drones en situaciones en las que la información no pueda ser obtenida de otra forma, el operador tiene que estar capacitado para realizar este trabajo con eficacia y precisión, y, sobre todo el periodista tiene que respetar la privacidad de los datos que no son públicos y evitar imágenes de espacios privados que violen la intimidad de las personas. Como se ha dicho anteriormente, el periodista dron tiene que regirse por los mismos códigos profesionales de conducta al igual que los demás periodistas.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La metodología permite definir la estructura indagatoria de la tesis y a la vez delimitar los objetivos, como también establecer las conclusiones del trabajo, con el apoyo de los instrumentos metodológicos, que en su momento fueron la base sobre la que se desarrolló esta investigación.

Los objetivos de este trabajo son:

General:

Conceptualizar, definir y analizar los modelos de periodismo, como el periodismo de datos, periodismo inmersivo, periodismo en tiempo real y periodismo dron, que han trabajado los medios de comunicación: *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*.

Específicos:

Conocer si existen prácticas de los modelos de periodismo de datos, periodismo inmersivo, periodismo en tiempo real y periodismo dron en los medios de comunicación: *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*.

Investigar cuál es el conocimiento y valoración de las prácticas de los modelos de periodismo de datos, periodismo inmersivo, periodismo en tiempo real y periodismo dron.

Hipótesis

Con la finalidad de establecer una amplia descripción del estado de los medios de comunicación frente a estas prácticas y técnicas periodísticas, este trabajo formula las siguientes hipótesis.

HIPÓTESIS 1: El surgimiento de nuevas plataformas y herramientas periodísticas han generado mayor participación por parte de los usuarios, como también ha desarrollado nuevas rutinas de producción de información en los medios de comunicación.

HIPÓTESIS 2: El periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron están dando lugar al surgimiento de un nuevo perfil profesional.

Las hipótesis elaboradas serán abordadas por medio del estudio de los medios de comunicación *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo* y serán confirmadas en las conclusiones finales.

El universo de estudio está conformado por: 18 canales de televisión, 19 medios impresos con presencia en la web y 12 periódicos nativos digitales, de acuerdo con datos del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (2015) y la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (2015).

A partir de estos datos se seleccionó la muestra, un canal de televisión (*Ecuavisa*), un diario de circulación nacional (*El Comercio*) y un diario nativo digital (*Ecuador en Vivo*), para cubrir los distintos campos de la comunicación. Para la elección de los medios se tomó en cuenta distintos tipos de requisitos y criterios. Primeramente, se fijó el ámbito territorial, área de

difusión o cobertura, optándose por un medio de cada categoría (televisivo, impreso y nativo digital). Y, en segundo lugar, se evaluó el marco temporal, fijando como experiencia mínima en la red de 8 años. Además estos medios se encuentran entre los que tienen mayor *rating* a nivel nacional, según el portal web Tikinauta.com.

Ecuavisa fue seleccionado por ser uno de los primeros canales ecuatorianos que transmite en vivo (49 años), siendo el más representativo actualmente. Asimismo, por ser un medio que está innovando día a día en su contenido y programas. Por ejemplo el programa *Visión 360* está enfocado en hacer reportajes de periodismo, de allí parten para abordar las diferentes ramas del periodismo como son: periodismo dron y periodismo inmersivo, con aparatos de última tecnología y personal calificado.

El Comercio se lo seleccionó por los años de circulación que lleva (110 años), además por el ámbito de distribución que tiene (nacional e internacional). Asimismo, se tomó en cuenta el uso de tecnología y plataformas que emplea para mantener informada a la ciudadanía. En su página web (www.elcomercio.com) registra más de 4 millones de visitas al mes según datos de *Digital Analytics Comscore* y está entre los 8 portales más importantes en Ecuador según *Alexa.com*.

Ecuador en Vivo (<http://www.ecuadorenvivo.com>) es uno de los últimos diarios digitales creados en el país (2008). Al ser un diario con apenas 8 años de creación, se consideró que estaría a la par con la tecnología y que utilizaría nuevas herramientas y plataformas periodísticas.

Una vez determinados los objetivos, el marco teórico y las hipótesis, se diseñó el estudio de campo, trazando una estrategia que ayudó a conseguir toda la información imprescindible y contrastarla. Se utilizó una metodología que reunió tanto técnicas de carácter cuantitativo como de índole cualitativa.

2.1. Métodos y técnicas de investigación

Se utilizó la técnica de estudio de casos a través del seguimiento de los medios durante una semana, en el tema de periodismo de datos se observó las páginas web de *Ecuador en Vivo*, *Ecuavisa* y *El Comercio*, desde el 06 al 13 de julio, y desde el 13 al 20 de julio de 2016 se verificó el tema de periodismo en tiempo real a través de las cuentas de Facebook y Twitter. Y la tendencia de periodismo dron e inmersivo, únicamente se levantó en el canal *Ecuavisa*, con el programa *Visión 360*, se seleccionaron dos reportajes: “Ecuador zona cero” y “Venezuela Estado fallido”, transmitidos en los meses de abril y junio de 2016, respectivamente.

Para conocer si efectivamente estos medios de comunicación están trabajando las tendencias periodísticas, se diseñó cuatro tablas diferentes por cada medio, estas tablas se elaboraron en base a un análisis de contenido, que permitió conocer datos referentes a la actualización, herramientas utilizadas y participación de los usuarios. Se considera relevante el uso del análisis de contenido porque “es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Klaus, 2002:28).

Asimismo, se aplicará entrevistas semiestructuradas a periodistas, camarógrafos y editores de los tres medios para conocer cómo se maneja este tipo de técnicas, y así contar con información de primera mano de cómo se trabajan estas tendencias periodísticas.

Prudhon (2002:197) dice que “las entrevistas semiestructuradas consisten en un acercamiento informal mediante entrevistas con informadores clave, que han sido específicamente seleccionados”. También “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener información sobre los temas específicos que vayan apareciendo durante la entrevista” (Gómez, 2006:141).

Finalmente, para la elaboración del marco teórico se examinó la forma de argumentar la teoría y definir conceptos que permitan conocer y entender la investigación. Los antecedentes se buscaron en libros, periódicos, revistas, artículos así como en otros trabajos sobre el tema, con la finalidad de llegar a comprender el estado actual de la cuestión.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. El nuevo periodismo en Ecuador

Partimos desde la llegada de la imprenta a Quito en 1755, la cual impulsó el periodismo. Primero se difundían noticias por medio de una radio colocada en los parques o en casas de familias adineradas. Los ciudadanos acudían a estos lugares para informarse de lo que acontecía en su ciudad o cantones vecinos. Luego de varios años llegaron más artefactos que facilitaron el consumo de noticias y la siguiente herramienta comunicativa fue la televisión, esta modificó la manera de consumir información, puesto que al público ya no le gustaba solo oír noticias, sino también observar lo que ocurría. A los periodistas les tomaba más tiempo grabar, entrevistar y redactar los hechos noticiosos.

Sin embargo, con el surgimiento de Internet cambió totalmente la producción y consumo de noticias en el país. En primer lugar, todos los medios ya sea la radio, prensa o televisión, crearon sus páginas web, con el fin de tener más usuarios y presencia en la red. Luego, los medios impresos y televisivos volcaron la información que tenían en su antigua plataforma a la digital. Últimamente los medios ecuatorianos están generando contenidos más completos e interactivos y sobre todo se destaca la inmediatez con la que informan.

GkillCity es un medio digital, liberal y alternativo de Ecuador que ha apostado por hacer un nuevo periodismo en el país, en este caso periodismo digital e independiente, creado en 2013. Este medio se dedica a la investigación, cuida mucho la calidad de los textos, verifica de manera muy rigurosa los datos. En palabras de José María León Cabrera editor general y fundador de *GkillCity*: “El nuevo periodismo está orientado a lo digital. Una ventaja de ello es hacer confluir con el periodismo de profundidad, los instrumentos digitales que te permiten una narrativa nunca antes vista que incorpora audio, texto, animación, audio y otros formatos.” Este medio tiene un promedio de 125 mil visitas al mes.

En 2014 el equipo de *Eltiempo.com* (Cuenca) junto con varios alumnos universitarios realizó una cobertura con drone, durante las elecciones de alcalde, prefecto y concejales. Luis Calle, Julio Cabrera, Andrés Guzhña y Paúl Hidalgo, fueron los pilotos y técnicos encargados del sobrevuelo que captó varias tomas aéreas de la concurrencia de votantes y candidatos a los recintos electorales. Esta cobertura captó imágenes aéreas de la cantidad de votantes en ciertos recintos electorales, permitiendo contar la noticia desde otra perspectiva.

Medios como *Teleamazonas*, *Ecuavisa*, *El Telégrafo*, *Ecuadorinmediato.com*, etc. luego del terremoto ocurrido en abril de 2016, realizaron coberturas en vivo y mantuvieron informada a la colectividad en general acerca de los acontecimientos que se daban a lo largo del día. Esto manifiesta que los medios ecuatorianos están adaptándose a los nuevos avances tecnológicos.

Cabe resaltar que los medios estudiados están generando un cambio en el periodismo no a gran escala, pero, están utilizando las herramientas tecnológicas para mejorar la calidad de información emitida a la ciudadanía. Por ejemplo realizan transmisiones en vivo, hacen seguimiento de las noticias, utilizan videos, imágenes, infografías, animaciones y sobre generan interacción directa entre los usuarios y el medio.

Con los resultados obtenidos de los casos de estudios, se evidencia que en los medios de comunicación ecuatorianos no han implementado a gran escala herramientas tecnológicas

para realizar una pieza periodística, puesto que es mínimo el uso que hacen de estas. Sin embargo, esto no quiere decir que Ecuador no sea un país con desarrollo periodístico.

3.2. Caso de estudio en periodismo dron e inmersivo: *Ecuavisa*

3.2.1. Periodismo dron.

El uso de los drones en América Latina se ha desarrollado a gran escala. Por ello, países como Colombia, Brasil y Ecuador están fabricando sus propios aviones no tripulados a partir del 2010, con fines militares.

Por otro lado, los medios de comunicación lo están empleando para cubrir eventos deportivos, manifestaciones y desastres naturales, por ejemplo países como: Perú, Chile, El Salvador, Venezuela, etc. Uno de los primeros medios de comunicación en utilizar esta herramienta es *La Prensa Gráfica* de El Salvador.

En cuanto al uso de drones en el periodismo ecuatoriano se destaca la cobertura realizada, el pasado 18 de abril del 2013, por diario *El Universo*, cuando captó con un dron la procesión del Cristo del Consuelo (...) La aeronave sobrevoló a la procesión por aproximadamente 17 cuadras, sobrepasando los 500 metros de altura. La herramienta fue manipulada por Juan Xavier Borja, director de la productora Avatar Digital-HD Cinema (Coloma, 2015).

Para conocer el uso del periodismo dron en el país, se procedió a revisar el canal de YouTube de *Ecuavisa*, se tomó como muestra dos reportajes del programa *Visión 360*, publicados el 24 de abril de 2016, cuyos resultados se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 1. Periodismo dron. Visión 360. *Ecuavisa*

ECUAVISA	Título	Utiliza dron	Minuto de inicio de la toma	Minuto final de la toma	Duración de la toma	tota de tomas	Tipo de toma	N.- de visualizaciones	Likes	Comentarios	Suscriptores
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 1)	1	2:22	2:24	2 segundos	110	cenital	54.642	293	28	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 1)	1	7:35	7:39	3 segundos	110	cenital	54.642	293	28	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 1)	1	7:40	7:44	4 segundos	120	cenital	37.509	153	4	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 2)	1	0:52	1:01	9 segundos	120	cenital	37.509	153	4	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 2)	1	1:02	1:15	13 segundos	120	Lateral y cenital	37.509	153	4	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 2)	1	1:16	1:34	18 segundos	120	cenital	37.509	153	4	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 2)	1	6:18	6:23	5 segundos	120	cenital	37.509	153	4	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 2)	1	6:24	6:33	9 segundos	120	cenital	37.509	153	4	14.196
Visión 360	Ecuador, Zona Cero (Parte 2)	1	15:37	15:45	10 segundos	120	cenital	37.509	153	4	14.196
TOTAL	-	10	-	-	1 min 13 seg	230	-	92.151	446	32	14.196

Fuente: Elaboración propia

En Ecuador se observa que el periodismo dron no está completamente implementado, es decir, está en sus primeros años de desarrollo. El uso del dron en las coberturas periodísticas es muy escaso, se lo utiliza meramente para realizar tomas que requieran cubrir espacios demasiado extensos, donde una cámara común no pueda hacerlo, por ejemplo en el reportaje que realizó Visión 360 del terremoto ocurrido el 16 de abril en Manabí (Ilustración 1 y 2) se evidencia varias tomas hechas con dron.



Ilustración 1. Manabí. Terremoto

Fuente: Visión 360, Ecuavisa, 2016



Ilustración 2. Destrucción. Edificio. Terremoto

Fuente: Visión 360, Ecuavisa, 2016

Como puede evidenciarse en el reportaje denominado: Ecuador, Zona Cero (Parte 1 y Parte 2); se empleó 1 minuto con 30 segundos para mostrar imágenes hechas con dron. También se observa un total de 230 tomas, de las cuales 10 son con aviones no tripulados. La toma más larga es de 18 segundos en la que se ve casas, edificios y construcciones destruidas, calles llenas de concreto, es decir, Manabí en ruinas.

Osmar Quimi operador dron de *Ecuavisa* afirma que: “La persona que opera un dron debe tener primero cualidades de fotografía y la capacidad de componer encuadres en movimiento. Además, conocer perfectamente el equipo ya sea en la parte física como en el software. Tener conocimiento sobre las condiciones de vuelo y reconocer los escenarios y lugares apropiados para volar un dron”.¹

Ecuavisa usa el dron para complementar sus reportajes o transmisiones especiales en programas como: Visión 360 y Televistazo; además en producciones como: 3 Familias, Así pasa, La trinity y EnContacto, usan este dispositivo para fortalecer el impacto visual, afirma Osmar Quimi.

La publicación de estos reportajes tienen 92 151 visualizaciones, 446 me gusta y 32 comentarios (Tabla 1). La calidad de las tomas es excelente, puesto que no se observa ruido en las imágenes, los ángulos de toma son cenitales y podría decirse laterales.

Cabe recalcar que estos dispositivos ofrecen nuevas y únicas perspectivas visuales, captando imágenes de difícil acceso y que requerirían un alto costo para obtenerlas, por ejemplo contratar un helicóptero (piloto, copiloto, camarógrafo y reportero) para grabar imágenes aéreas con una cámara cualquiera.

3.2.2. Periodismo Inmersivo.

El surgimiento de nuevas aplicaciones técnicas de realidad virtual e implementación de nuevos formatos inmersivos en productos audiovisuales periodísticos, hacen posible el auge de este nuevo periodismo, ofreciendo a los usuarios nuevas experiencias que cada vez lo acercan con la realidad que se está desarrollando en el mundo informativo. La inmersión busca trasladar al público al momento exacto de la escena.

En la actualidad a Nonny de la Peña se la considera como madrina de la realidad virtual por la ardua labor que ha desempeñado en el campo del periodismo inmersivo. Sin embargo, en la década de los noventa en Estados Unidos se realizó numerosos estudios académicos de las narrativas inmersivas. Columbia fue una de las primeras universidades en hacer este estudio, quienes centraron su tiempo y esfuerzo en la importancia que podría tener esta nueva rama en el periodismo común.

En 1997 la Universidad de Columbia por medio del *Center for New Media*, ejecutaron el primer experimento práctico, durante la celebración del día de San Patricio en la ciudad de Nueva York. Los encargados del proyecto capturaron imágenes de 360° en video de las manifestaciones organizadas por un colectivo homosexual.

¹ Entrevista realizada a Osmar Quimi. Operador dron de Ecuavisa. Fecha 3 de septiembre de 2016.

De la misma forma esta Universidad, en 1968 grabó una revuelta estudiantil en el campus universitario. En ambos acontecimientos se hizo una recreación, mediante tecnologías de realidad aumentada.

El Mundo, *The New York Times* y *Associated Press*, desde 2015 han realizado varios reportajes de periodismo inmersivo, e incluso *The New York Times* tiene su propio canal de noticias en ese formato. El objetivo de elaborar estas piezas periodísticas es para ubicar al espectador en el lugar que ocurren los hechos.

El Mundo, *Eldiario.es*, *La Sexta* y *Cadena Ser* realizaron un reportaje inmersivo denominado Campo urbano/ciudad rural, ofreciéndole al usuario experimentar dos realidades con planos diferentes (180° y 360°), por un lado el de una ciudad con alrededor de seis millones de habitantes y por otro la tranquilidad del mundo rural. Este acontecimiento lo observaron desde su celular con la app *VReak*.

En Ecuador, la incorporación del periodismo inmersivo ha sido lento. El problema radica en los altos costos de estas tecnologías y de los materiales que se necesitan para cubrir y desarrollar la pieza periodística. A pesar de ello, *Visión 360* trata de incorporar nuevas herramientas periodísticas, con el afán de dar a los televidentes nuevas experiencias inmersivas, por medio de la narración, uso de instrumentos periodísticos, y, sobre todo la participación comprometida del periodista; para informar de manera más completa y eficiente.

Para conocer el uso del periodismo inmersivo ecuatoriano en el programa *Visión 360* de *Ecuavisa*, se procedió a revisar dos emisiones de la tercera temporada, publicado en su página de YouTube, cuyos resultados se reflejan en las tablas 2 y 3.

En el estudio realizado a los tres reportajes seleccionados de *Visión 360*, se evidencia un total de 24 tomas de observación no participante por parte del periodista, dejando a un lado una de las principales características del periodismo inmersivo que es la suplantación de identidad. Esta característica permite al periodista vivenciar y adentrarse en la historia. La duración de estas 25 tomas tiene un total de 15 minutos con 12 segundos (Tabla 4). Estos programas obtuvieron 91 771 visualizaciones. Asimismo, alcanzaron 554 likes, 117 comentarios y 61 264 suscriptores.

El reportaje de “Venezuela, estado fallido” contiene imágenes de largas filas a la espera de obtener productos de primera necesidad en mercados, tiendas de abarrotes, farmacias, se observa salas de hospitales en mal estado, pacientes moribundos pidiendo atención médica. En cambio el reportaje de “Ecuador, zona cero” abarca tomas de casas, edificios, hoteles y calles destruidas, muertos heridos y refugiados.

Tania Tinoco periodista y realizadora de *Visión 360* argumenta que “para realizar el reportaje denominado: Venezuela, estado fallido, tuvieron que viajar hasta Caracas, Carolina Mella, Ramón Murillo, Tito Mite, quienes observaron de cerca la dura realidad por la que estaban pasando los venezolanos. Durante su estadía que fue de una semana conversaron con la gente, caminaron por las calles de Venezuela, observando en carne propia lo que ocurría. En fin, es lo que hacemos en cada reportaje”.²

² Entrevista realizada por HVStv. Fecha: 13 de octubre de 2016. Información recuperada de URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jAkRkawsK4g>

Cabe recalcar que no se han encontrado trabajos en Ecuador sobre este tema, pero Visión 360 de acuerdo al análisis y parámetros establecidos cumple con algunos: emplea la herramienta de inmersión (observación no participativa) en estos dos reportajes y contextualiza las imágenes con diálogo en primera persona.

Tinoco también afirma que: “El periodismo que hacemos en Visión 360 no es rápido, nos tomamos nuestro tiempo, porque necesitamos vivir la historia que vamos a contar.”

Aunque Visión 360 no utilice plataformas o herramientas tecnológicas de realidad virtual, por ejemplo: las gafas *Oculus Rift* que Facebook compró en marzo de 2014, para observar imágenes y videos en 3D, los realizadores se están inclinando por la inmersión del periodista en la historia. El objetivo es que el profesional sienta en carne propia lo que está ocurriendo, y que por medio de la narración audiovisual exprese lo que se suscitó y así trasladar a las personas a un suceso que no pudieron estar presentes.

Tabla 2. Periodismo Inmersivo. Visión 360. *Ecuavisa*

ECUAVISA	Título	Observación participante	Observación no participante	Suplantación de personalidad	Minuto de inicio de la toma	Minuto final de la toma	Duración de la toma	Tipo de toma	N.- de visualizaciones	Likes	Comentarios	Suscriptores
Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	3:53	4:17	0:24	lateral - plano general	18.149	172	61	14 200
Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	4:18	4:37	0:19	lateral - plano general	18.149	172	61	14 200
Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	6:54	8:18	2:36	Frontal - plano general	18.149	172	61	14 200
Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	8:43	9:33	0:50	lateral - plano general	18.149	172	61	14 200
Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	9:40	10:29	0:49	lateral - plano general	18.149	172	61	14 200
Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	10:34	11:20	0:46	Frontal - plano general	18.149	172	61	14 200
Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	12:07	12:40	0:37	lateral - plano general	18.149	172	61	14 200

Visión 360	Venezuela, estado fallido	0	1	0	13:19	13:39	0:20	lateral - plano general	18.149	172	61	14 200
Visión 360	Venezuela, en terapia intensiva	0	1	0	1:48	2:12	0:24	lateral - plano general	11.748	86	29	14 256
Visión 360	Venezuela, en terapia intensiva	0	1	0	2:30	5:41	3:11	lateral - plano general	11.748	86	29	15 256
Visión 360	Venezuela, en terapia intensiva	0	1	0	6:18	6:50	0:32	lateral - plano general	11.748	86	29	16 256
Visión 360	Venezuela, en terapia intensiva	0	1	0	6:51	7:23	0:33	lateral - plano general	11.748	86	29	17 256
Visión 360	Venezuela, la pesadilla de la escasez	1	0	0	2:42	3:17	0:39	lateral - plano general	19 739	131	23	14K
Visión 360	Venezuela, la pesadilla de la escasez	0	1	0	6:45	7:54	1:09	lateral - plano general	19 739	131	23	14K
Visión 360	Venezuela, la pesadilla de la escasez	0	1	0	7:55	8:21	0:26	lateral - plano general	19 739	131	23	14K
Visión 360	Venezuela, la pesadilla de la escasez	0	1	0	9:09	9:50	0:49	lateral - plano general	19 739	131	23	14K

TOTAL	-	1	15	0	-	-	11:04	-	49 636	389	113	45 456
-------	---	---	----	---	---	---	-------	---	--------	-----	-----	--------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Periodismo inmersivo. Visión 360. *Ecuavisa*

ECUAVISA	Título	Observación participante	Observación no participante	Suplantación de personalidad	Minuto de inicio de la toma	Minuto final de la toma	Duración de la toma	Tipo de toma	N.- de visualizaciones	Likes	Comentarios	Suscriptores
Visión 360	Ecuador zona cero (parte 2)	0	1	0	02:10	02:18	00:08	frontal	42 086	165	4	15 808
Visión 360	Ecuador zona cero (parte 2)	0	1	0	02:58	03:02	00:04	frontal	42 086	165	4	15 808
Visión 360	Ecuador zona cero (parte 2)	0	1	0	03:43	04:00	00:17	lateral	42 086	165	4	15 808

Visión 360	Ecuador zona cero (parte 2)	0	1	0	9:35	10:10	00:35	lateral	42 086	165	4	15 808
Visión 360	Ecuador zona cero (parte 2)	0	1	0	10:37	11:26	00:50	frontal	42 086	165	4	15 808
Visión 360	Ecuador zona cero (parte 2)	0	1	0	11:30	12:09	00:39	Frontal	42 086	165	4	15 808
Visión 360	Ecuador zona cero (parte 2)	0	1	0	14:15	14:43	00:27	lateral -	42 086	165	4	15 808
TOTAL	-	0	7	0	-	-	04:08	-	42 086	165	4	15 808

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Resultados de periodismo inmersivo. Visión 360

ECUAVISA	Título	Observación participante	Observación no participante	Suplantación de personalidad	Minuto de inicio de la toma	Minuto final de la toma	Duración de la toma	Tipo de toma	N.- de visualizaciones	Likes	Comentarios	Suscriptores
Visión 360	Venezuela, Estado fallido	1	18	0	-	-	11:04	-	49 636	389	113	45 456
Visión	Ecuador zona cero (parte 2)	0	7	0	-	-	04:08	-	42 086	165	4	15 808
TOTAL	-	1	25	0	-	-	15:12	-	91 771	554	117	61 264

Fuente: Elaboración propia

3.3. Periodismo en tiempo real: redes sociales de *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*.

3.3.1. Periodismo en tiempo real de *Ecuavisa*.

El periodismo en tiempo real nace con Internet, en un inicio se lo consideró una moda, con el pasar de los días los medios de comunicación se han apropiado de las redes sociales para transmitir información desde cualquier lugar y en tiempo real, teniendo su mayor expresión en el periodismo ciudadano, donde las personas cuentan lo que ocurre en sus barrios, ciudadelas, etc.

En Ecuador los primeros medios de comunicación en utilizar redes sociales para informar a la sociedad de lo que ocurría en el país y el mundo fueron: *Hoy*, *El Comercio*, *El Universo* y *El Tiempo*.

En Ecuador uno de los primeros ejemplos de periodismo en tiempo real, fue la cobertura que se hizo del 30-s a través de *Twitter*. Fueron los ciudadanos comunes, periodistas y medios de comunicación quienes a través de sus cuentas informaron lo que estaba ocurriendo en el país, esto debido a que los medios tradicionales tuvieron que acogerse al estado de excepción que declaró el gobierno nacional.

Twitter en Ecuador cuenta con 2 000 000 usuarios a enero de 2015, de los cuales el 53% en promedio utiliza la red social desde dispositivos móviles para leer noticias, temas de actualidad y comunicarse³.

Los primeros medios en Ecuador en realizar coberturas en tiempo real de forma esporádica fueron *El Tiempo* y *El Comercio*, los directivos de estos diarios tomaron la decisión de capacitar a sus periodistas en este tema y de adquirir teléfonos celulares para las coberturas.

Para conocer el uso del periodismo en tiempo real en el país, se procedió a revisar las cuentas de las redes sociales de *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*, desde el 13 al 20 de julio de 2016, cuyos resultados se reflejan en el siguiente gráfico:

³ Información recuperada en: Twitter Advertising. Fecha de consulta: 28/07/2016. Información recuperada en URL: <https://business.twitter.com/es/advertising.html>

Gráfico 1. Número de publicaciones de *Ecuavisa*



Fuente: Elaboración propia

Ecuavisa tiene cuentas en redes sociales como: *Facebook* y *Twitter*, que son las más utilizadas en los medios ecuatorianos para difundir noticias, durante la semana de revisión *Ecuavisa* registró 328 publicaciones, siendo el jueves 14 de julio de 2016 el día que más notas divulga, esto se debe a que ese día se jugaba la semifinal de la Copa Libertadores (Gráfico 1).

En el estudio realizado a las cuentas de *Twitter* y *Facebook*, se evidencia que en las notas publicadas hay interacción, que representa el 23% (Gráfico 2). Los seguidores de estas cuentas dejan comentarios en cada noticia publicada, comparten la información y realizan valoraciones como: me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece y me enoja (Ilustración 3).

Gráfico 2. Uso de herramientas de periodismo en tiempo real de *Ecuavisa*



Fuente: Elaboración propia



Ilustración 3. Cuartos de final, Independiente del Valle. Ecuavisa

Fuente: *Ecuavisa* (23 de julio de 2016)

Cabe destacar, que la cuenta de Twitter tiene un enfoque más informativo (foto 2), mientras que la cuenta de Facebook está orientada a informar acerca de la programación que emite el canal de televisión, aquí dan a conocer los estrenos de películas, series, novelas, avances de los noticieros y repises de las telenovelas (Ilustración 4).



Ilustración 5. Publicidad, novela La Trinity
Fuente: *Ecuavisa* (23 de julio de 2016)



Ilustración 4. Atentado en Niza
Fuente: *Ecuavisa* (23 de julio de 2016)

La instantaneidad de la información en Twitter y Facebook se observa en noticias de deportes (nacional e internacional), atentados terroristas, elecciones presidenciales y desastres naturales, este indicador representa el 23% de la rapidez de las publicaciones (Gráfico 2). Estas noticias son actualizadas minuto a minuto, y delante del texto colocan el anuncio de ÚLTIMO MOMENTO. En cuanto a transmisiones vía *streaming* son muy escasas, por ello representan el 0% (Gráfico 2), puesto que básicamente están orientados a difundir noticias por medio de textos y videos.

Para acompañar o complementar a estos informes utilizan en mayor cantidad imágenes (16%) que permiten evidenciar lo ocurrido, emplean hipervínculos (20%) que redirigen a la página web para ampliar la información. También utilizan vídeos en un 6% (Gráfico 2).

En la cuenta de Facebook difunden mayormente información de relleno de sus programas de televisión, por ejemplo: avances de telenovelas, series, noticieros y programas de entretenimiento como Ecuador Tiene Talento. En cambio a Twitter lo utilizan como su principal herramienta de comunicación, puesto que informan a la ciudadanía de lo que ocurre en el país.

3.3.2. Periodismo en tiempo real en *El Comercio*.

El Comercio, durante la semana de revisión (13 al 20 de julio) registró 905 notas periodísticas, siendo el jueves, el día en que realiza mayor número de publicaciones, al igual que *Ecuavisa*, esto debido al fenómeno del fútbol (Gráfico 3). Para publicar noticias de carácter inmediato *El Comercio* utiliza con mayor frecuencia la cuenta de Twitter, debido a que fue diseñada con el fin de contar una historia en 140 caracteres de forma rápida y oportuna (Ilustración 6 y 7). Asimismo, los usuarios de *El Comercio* interactúan con el medio realizando retuits y comentarios positivos o negativos en cada noticia, generando un debate entre ellos.

Gráfico 3. Número de publicaciones de *El Comercio*



Fuente: Elaboración propia



Ilustración 7. Liga de Quito vs Emelec

Fuente: *El Comercio* (14 de julio de 2016)



Ilustración 6. Barcelona vs River

Fuente: *El Comercio* (14 de julio de 2016)

A partir de los días seleccionados para el estudio se evidencia que *El Comercio* es el único que realiza transmisión vía *streaming* (Ilustración 8), en este espacio se hizo un análisis deportivo acerca del partido entre Independiente del Valle (Ecuador) y Boca Junior (Argentina), esta transmisión alcanzó 108 visualizaciones en Twitter.

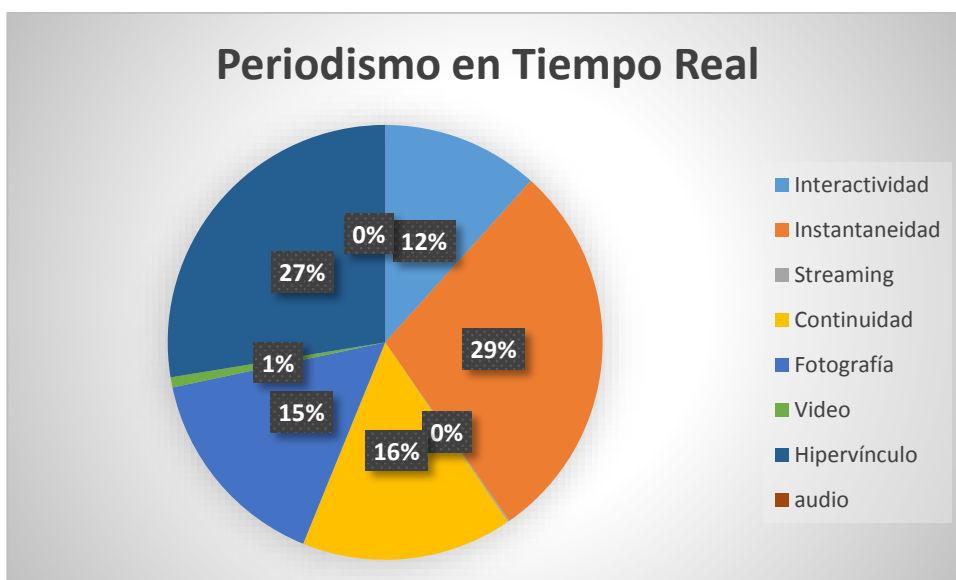


Ilustración 8. Análisis del partido de Independiente del Valle

Fuente: *El Comercio* (14 de julio de 2016)

En cuanto al uso de multimedia, este medio utiliza imágenes, videos e hipervínculos para desarrollar y complementar la información publicada, tienen un nivel de representatividad del 15%, 1% y 27%, respectivamente. No emplean audios en sus notas periodísticas (Gráfico 4).

Gráfico 4. Uso de herramientas de periodismo en tiempo real. *El Comercio*



Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Periodismo en tiempo real de *Ecuador en Vivo*.

El diario digital Ecuador en Vivo realizó durante las fechas de ejecución de la investigación, 903 publicaciones, siendo el viernes el día en que realiza mayor cantidad de emisiones (Gráfico 5). Se evidencia que las noticias subidas a Twitter y Facebook son las mismas, alrededor de tres veces (Ilustración 9). Esto ocasiona pérdida de interés por parte de los usuarios.

Gráfico 5. Número de publicaciones de *Ecuador en Vivo*



Fuente: Elaboración propia



Ilustración 9. Publicaciones repetidas. Mis apuntes sobre la paz

Fuente: *Ecuador en Vivo* (14 de julio de 2016)

No se evidencia interactividad entre los usuarios y el medio, tan solo el 27% de las noticias han sido compartidas y comentadas. Tampoco hay instantaneidad, transmisiones en Vivo y continuidad, estas herramientas tienen una representación del 4%, 0% y 3%, respectivamente. Los elementos multimedia que emplea en gran medida son las imágenes (16%) e hipervínculos (47%), en cuanto a los videos y audios son usados en menor medida con una valoración del 3% (Gráfico 6).

Carlos Ruiz periodista de *Ecuador en Vivo* afirma que: “*Ecuador en vivo* es un medio que básicamente está enfocado en temas políticos, y no tienen como objetivo principal hacer periodismo con datos”.

Gráfico 6. Uso de herramientas de *Ecuador en Vivo*



Fuente: Elaboración propia

3.4. Periodismo de datos: páginas web de *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*.

3.4.1. Periodismo de datos de *Ecuavisa*.

El periodismo de datos se origina en mayo de 1821 con el periódico *The Manchester Guardian*, donde se publicó una tabla acerca de los colegios de *Salford* y *Manchester* con la cantidad de alumnos que tenía y del promedio de gasto anual. Después de un siglo Philip Mayer realizó una investigación acerca de los altos costos que tenían los seguros escolares, por ello se lo denomina el padre del periodismo de datos.

En Ecuador, con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en junio del 2013 se desarrolló un nuevo periodismo investigativo y de datos, puesto que se crearon nuevas normas jurídicas y órganos reguladores de información. Estas reglas legales tienen varias regulaciones para los medios de comunicación y periodistas. Las nuevas entidades que regulan la información son: la Superintendencia de la Información y la Comunicación, y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la información y Comunicación.

Para el desarrollo y proceso del periodismo de datos hay que tener en cuenta la facilidad de acceso que existe al momento de la obtención de datos ya sean privados o públicos. Es así que Ecuador expide la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), quien se encarga de garantizar el acceso a información pública como: sueldos, viáticos, ingresos y egresos, etc. Por ende, permite a los periodistas hacer uso de las bases de datos existentes en las organizaciones públicas y también ayuda a que los medios realicen notas periodísticas con datos específicos.

Uno de los medios digitales que genera mayor periodismo de datos en Ecuador es el portal *Poderes.com.ec* creado en octubre del 2009. Este portal es actualizado tres veces por

semana, contiene temas políticos divididos en: Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Empresa, Local, Sociedad e Internacional.⁴ El modelo de negocio es bajo suscripción y publicidad.

Para conocer el uso del periodismo de datos en el país, se procedió a revisar las páginas web de *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*, durante una semana comprendida del 6 al 13 de julio de 2016, las noticias analizadas son de las secciones de actualidad, sociedad y política, que no estén compartidas en Facebook o Twitter, cuyos resultados se reflejan en los siguientes gráficos:

Tabla 5. Periodismo de datos. *Ecuavisa*

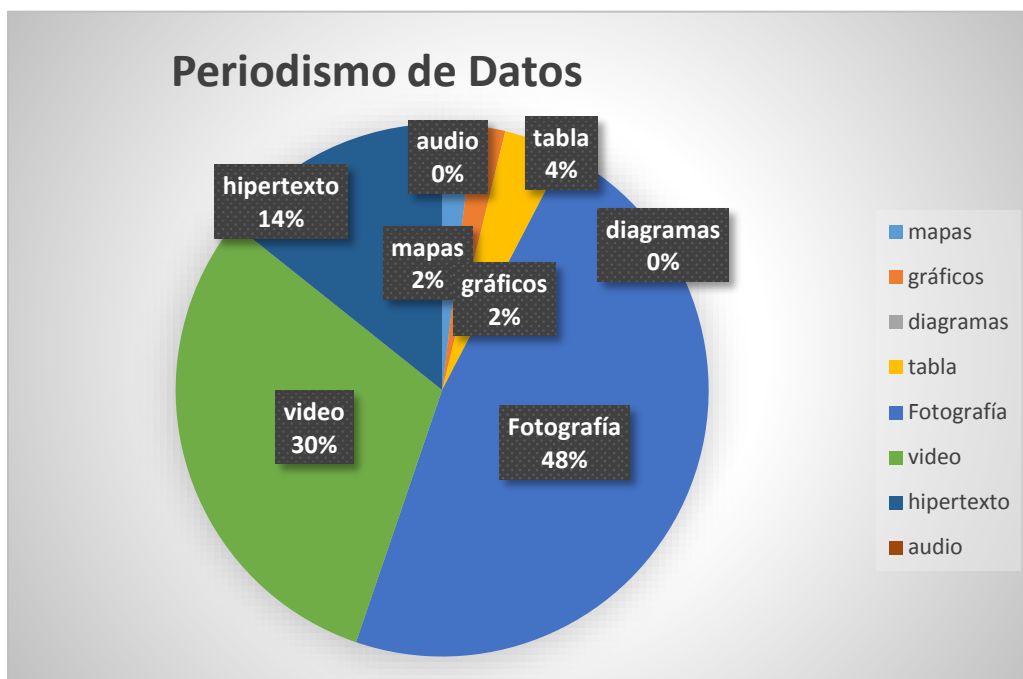
Medio	fecha	Número de noticias	Infografía				Elementos multimedia			
			mapas	gráficos	diagramas	tabla	Fotografía	video	hipertexto	audio
Ecuavisa	Lunes	3	0	0	0	0	3	3	0	0
Ecuavisa	martes	9	1	0	0	1	9	8	2	0
Ecuavisa	Miércoles	12	0	0	0	1	12	6	4	0
Ecuavisa	Jueves	4	0	0	0	0	4	1	1	0
Ecuavisa	Viernes	6	1	1	0	0	6	3	2	0
Ecuavisa	Sábado	3	0	0	0	0	3	3	1	0
Ecuavisa	Domingo	2	0	0	0	0	2	1	0	0
Ecuavisa	Lunes	11	0	1	0	2	11	7	5	0
TOTAL	-	50	2	2	0	4	50	32	15	0

Fuente: Elaboración propia

Ecuavisa tiene página web, la que es empleada para subir las noticias que son transmitidas por su canal de televisión, durante la semana de revisión, *Ecuavisa* registró 50 publicaciones, siendo el miércoles 8 de julio el día donde divulga mayor cantidad de noticias (Tabla 3), que corresponden a acontecimientos suscitados a lo largo del día como: accidentes, problemas económicos, políticos y sociales a nivel nacional e internacional.

⁴ Información recuperada en URL: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/129/1/Tesis609ITUp.pdf> 29/07/16.

Gráfico 7. Uso de herramientas de *Ecuavisa*



Fuente: Elaboración propia

Las herramientas que utilizan para desarrollar una pieza periodística en base a datos son: mapas, gráficos y tablas, de las cuales la más empleada son las tablas con un 4%, se trata de noticias y reportajes de carácter económico y financiero, luego están los mapas y gráficos con 2% (Gráfico 7).

Marcos Vaca, editor web de diario *El Comercio* dice que desde mayo del 2014 el diario apostó por hacer periodismo de datos, debido que a la larga es lo que les puede diferenciar de otros medios y que hasta el momento les ha generado mayor número de lectores.⁵

Asimismo afirma:

“Muchos teóricos dicen que hay varias cosas en deben emprender los medios de comunicación; primero: saber escuchar a sus audiencias o hacerlas parte de la construcción de los contenidos en las redacciones; segundo: tener datos diferenciadores y explorar mucho el periodismo de datos; tercero: saber entender los contextos tecnológicos del mundo para que puedas adaptar tú lenguaje a esos contextos tecnológicos”.

Por otro lado, el elemento multimedia que está presente en todas las notas periodísticas es la fotografía con un 48%, y tan solo el 30% emplea el vídeo y el 14% hipertexto. Los videos que suben al portal son los que presentan en los noticieros de la mañana, tarde y noche.

⁵ Entrevista realizada a Marcos Vaca. Editor Web de diario El Comercio. Fecha: 02/09/2016.

Tabla 6. Periodismo de datos. *El Comercio*

Medio	Fecha	Número de noticias	Infografía				Elementos multimedia			
			mapas	gráficos	diagramas	tabla	Fotografía	video	hipertexto	audio
El Comercio	Lunes	7	0	2	1	2	6	0	4	0
El Comercio	martes	10	2	2	0	2	10	2	7	0
El Comercio	Miércoles	14	0	1	0	2	13	1	5	0
El Comercio	Jueves	5	2	1	1	2	5	0	3	0
El Comercio	Viernes	10	0	0	0	0	6	0	2	0
El Comercio	Sábado	8	0	0	0	0	8	1	0	0
El Comercio	Domingo	3	0	0	0	0	3	0	0	0
El Comercio	Lunes	11	0	0	0	0	10	1	0	0
TOTAL	-	68	4	6	2	8	61	5	21	0

Fuente: Elaboración propia

El Comercio, durante la semana de revisión registró 68 notas periodísticas, siendo el miércoles, el día en que realiza mayor número de publicaciones, al igual que *Ecuavisa*, esto se debe a que los días miércoles y jueves son los mejores espacios para realizar publicaciones (Tabla 4).

En cuanto a trabajos realizados con datos a nivel mundial destacan los siguientes:

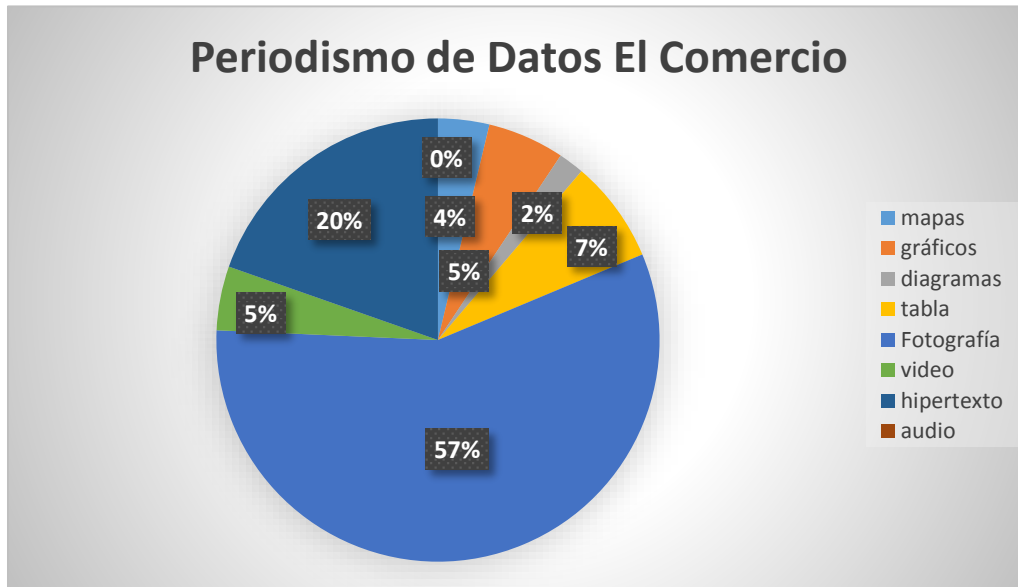
En 2007, Mc Nelly Torres creó para el *Sun Sentinel* una base de datos sobre los resultados de las inspecciones de los salones de belleza en el área de Miami. La base de datos, publicada online con un informe investigativo realizado por Torres, atrajo cientos de miles de visitas a la página web del periódico.

The Washington Post en junio de 2015, lanzó una visualización de datos interactiva sobre el cambio climático en la cual los espectadores podían descubrir los problemas ambientales más urgentes en varias ciudades.

Sun Sentinel y *The Washington Post* realizan trabajos similares a los de diario *El Comercio*, como se puede observar en los ejemplos citados. Estos diarios digitales se encargan de buscar, limpiar y procesar datos, que permitan desarrollar aplicaciones interactivas (mapas

tablas, infografías, etc.) para emitir información con cifras exactas y que estas sean fáciles de entender.

Gráfico 8. Uso de herramientas de *El Comercio*

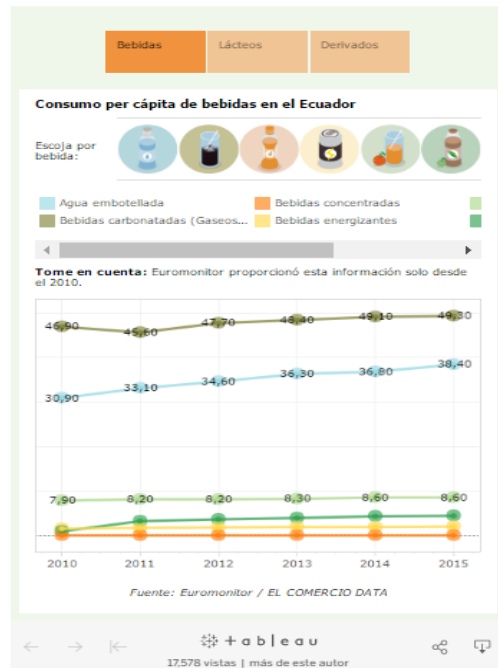


Fuente: Elaboración propia

Para presentar información con datos precisos utilizan gráficos, diagramas, mapas y tablas, pero de estas cuatro herramientas se destacan las tablas con un 7%, luego están los gráficos 5%, mapas con 4% y diagramas 2% (Gráfico 8).

Estos recursos son estáticos y muestran un alto nivel de diseño y cuidado estético. Las noticias y reportajes elaborados con instrumentos de datos son para brindar estadísticas de carácter económico y financiero. Además emplea recursos multimedia para complementar las notas como: fotografías, videos e hipertexto. El uso de estas herramientas es del 57%, 5% y 20%, respectivamente (Gráfico 8).

EL COMERCIO DATA preparó un producto interactivo en el que puede observar el consumo de gaseosas frente al de leche y otros productos, en los últimos años.



Solo por concepto del **Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)** a las gaseosas se tiene una meta de recaudación de USD

Ilustración 10. Consumo de gaseosas.

Fuente: *El Comercio* (23 de julio de 2016)

El Comercio al ser un diario híbrido, crea visualizaciones estáticas para así insertarlas tanto en la versión impresa como en la versión digital (Ilustración 10). Emplean infografías interactivas y dinámicas en la web, puesto que la web permite elaborar contenidos dinámicos y entretenidos. Cabe mencionar que la página web cuenta con una sección propia de Periodismo de Datos denominada “Data”, en la que se suben trabajos netamente de Periodismo de Datos (Ilustración 11).

Ilustración 11. Sección de periodismo de datos

Fuente: *El Comercio* (23 de julio de 2016)

3.4.2. Periodismo de datos de *Ecuador en Vivo*.

Tabla 7. Periodismo de datos de *Ecuador en Vivo*

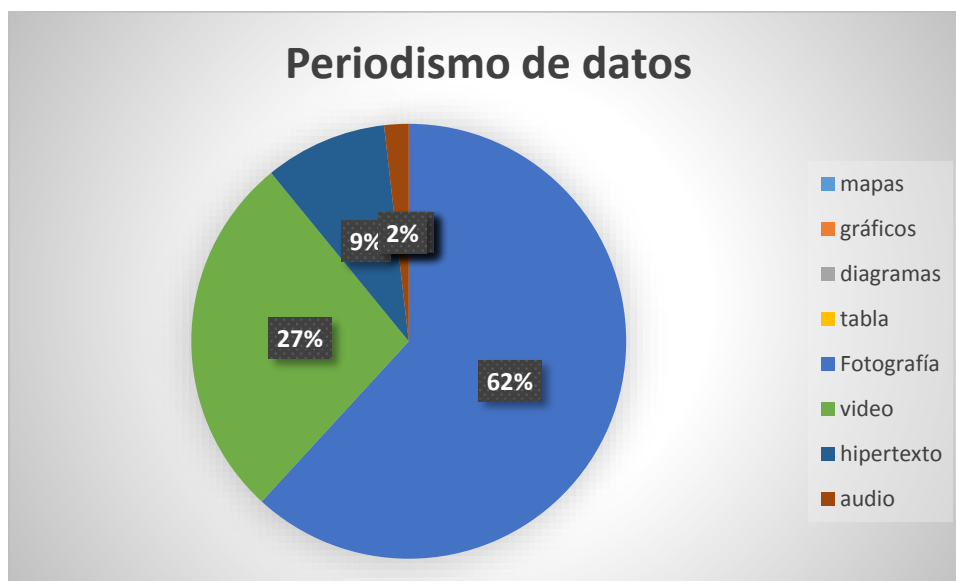
Medio	Fechas	Número de noticias	Infografía				Elementos multimedia			
			mapas	gráficos	diagramas	tabla	Fotografía	video	hipertexto	audio
Ecuador en Vivo	Lunes	9	0	0	0	0	5	0	1	0
Ecuador en Vivo	martes	8	0	0	0	0	5	3	2	0
Ecuador en Vivo	Miércoles	13	0	0	0	0	7	3	2	0
Ecuador en Vivo	Jueves	9	0	0	0	0	2	0	0	0
Ecuador en Vivo	Viernes	9	0	0	0	0	3	2	0	0
Ecuador en Vivo	Sábado	9	0	0	0	0	2	0	0	0
Ecuador en Vivo	Domingo	7	0	0	0	0	3	3	0	0
Ecuador en Vivo	Lunes	11	0	0	0	0	7	4	0	1
TOTAL	-	75	0	0	0	0	34	15	5	1

Fuente: Elaboración propia

Ecuador en Vivo, al tratarse de un diario nativo digital y creado en los últimos ocho años, realizó durante las fechas de ejecución de la investigación 75 publicaciones, siendo el miércoles el día en que realiza mayor cantidad de emisiones (Tabla 5).

Carlos Ruíz periodista de *Ecuador en Vivo*, afirma que los periodistas que trabajan en el medio no son especializados en periodismo de datos o periodismo en tiempo real. Simplemente se encargan de realizar notas políticas.

Gráfico 9. Uso de herramientas de *Ecuador en Vivo*



Fuente: Elaboración propia

La inclusión de periodismo de datos en *Ecuador en Vivo* es casi nula, como puede evidenciarse en el Gráfico 6, no utiliza mapas, gráficos, diagramas o tablas, esto puede ser debido a que este medio es simplemente un agregador de noticias. En cuanto al acompañamiento de la noticia utiliza fotografías (65%), videos (27%), hipertexto (9%) y audios (2%), (Ver gráfico 9).

En palabras del periodista Carlos Ruiz, “en este medio únicamente hay tres periodistas (comunicadores sociales), quienes se encargan de cubrir todos los acontecimientos políticos del país. Puesto que este medio fue creado con el fin de cubrir noticias políticas y tener un mayor acercamiento con diferentes líderes políticos del país”.

Este diario se enfoca por un lado a seleccionar noticias de los periódicos y mostrar parte de sus contenidos. El periodismo que realiza *Ecuador en Vivo* está orientado a informar de los acontecimientos ocurridos en el día a día. Las noticias que publican son de carácter político, económico y de sociedad. Tampoco existe alguna sección orientada al periodismo de datos. Las noticias que publican están acompañadas de imágenes, audios y videos, muchos de las publicaciones son del canal de televisión *Teleamazonas*. Las noticias tienen demasiado texto, lo que provoca cansancio y desinterés en el lector.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Confirmación de hipótesis

HIPÓTESIS 1: El surgimiento de nuevas plataformas y herramientas periodísticas han generado mayor participación por parte de los usuarios, como también ha desarrollado nuevas rutinas de producción de información en los medios de comunicación.

De acuerdo a la primera hipótesis se comprueba que se ha incrementado la participación de los usuarios respecto a los medios. Esto se debe a las nuevas herramientas tecnológicas que surgen en el periodismo. Por ello, los medios de comunicación deben adaptarse y cambiar las rutinas periodísticas. Por ejemplo, para hacer periodismo en tiempo real el medio debe estar atento a los acontecimientos que se dan, para así actuar de forma inmediata.

HIPÓTESIS 2: El periodismo de datos, periodismo en tiempo real, periodismo inmersivo y periodismo dron están dando lugar al surgimiento de un nuevo perfil profesional.

Se confirma la segunda hipótesis planteada: El periodismo de datos, periodismo inmersivo, periodismo en tiempo real y periodismo dron; sí dan lugar al surgimiento de un nuevo perfil profesional, que se denomina: periodista de datos, periodista inmersivo, periodista en tiempo real y periodista dron. En los medios estudiados se observa que el profesional encargado de realizar estas notas periodísticas tiene habilidades y conocimientos específicos sobre cada tema.

El perfil del periodista de datos se enfoca en la investigación, puesto que tiene que hacer recopilación de datos, para luego representarlos gráficamente y que dicho contenido sea de fácil entendimiento y agradable a la vista del lector. También tiene que ordenar información, buscar en varias fuentes, identificar patrones y tendencias, manejar herramientas de visualización, tener conocimiento en lenguaje HTML y manejo de herramientas de visualización.

El periodista en tiempo real tiene la habilidad de recibir, analizar y enviar información al instante, puesto que el tiempo es con quien se enfrenta día a día. Este profesional sigue en vivo los acontecimientos importantes, para ello debe tener conocimientos específicos de redacción, fotografía y video, para desarrollar la nota y complementar de acuerdo a la evolución de la misma.

4.2. Conclusiones

De acuerdo al análisis realizado en los medios de comunicación de *Ecuavisa*, *El Comercio* y *Ecuador en Vivo*, y la información de los datos obtenidos se observa que los resultados del estudio de los tres medios de comunicación se diferencian en la utilización de las herramientas periodísticas como:

Ecuavisa está enfocado mayormente en el periodismo en tiempo real porque se evidenció que minuto a minuto informa a la ciudadanía de los acontecimientos que están ocurriendo en el país. Todas las publicaciones que realiza tienen acogida al instante por sus usuarios (no realiza transmisiones vía *streaming*). En cuanto a periodismo dron se evidencia que sí está desarrollando en gran medida, puesto que lo emplea en la mayoría de programas que realiza (visión 360, La Trinity, etc.). El periodismo inmersivo lo está desarrollando aún, según el estudio realizado al programa Visión 360, sí cumple con una característica esencial de esta rama como es la observación no participante y el diálogo en primera persona. Al periodismo de datos no le da mucha cabida, esto se evidenció en la escasez de notas periodísticas con datos, infografías, tablas, etc.

El Comercio, se inclina mayormente por el periodismo de datos, por ello han creado una sección específica para esta rama, donde fusionan información en base a números con instrumentos interactivos, es decir, usa herramientas aplicadas a gráficos estáticos y móviles, recursos que dejan ver contenidos más llamativos a los ojos del lector. En segundo lugar, tiene como fin informar en tiempo real, usa todas las herramientas requeridas para su ejecución y que permiten la interactividad, continuidad, instantaneidad, multimedialidad, y se destaca por ser el único medio en hacer transmisiones vía *streaming*, lo que genera mayor acogida por los internautas.

A *Ecuador en Vivo* aún le falta acoplarse a estas tendencias periodísticas, simplemente es un agregador de noticias. No realiza periodismo de datos, las noticias que publica en su página web son en base a texto y complementadas con una imagen. Las cuentas de Facebook y Twitter las utiliza para difundir las noticias de la página.

Los medios tradicionales y digitales ecuatorianos deben adaptarse a las diferentes tecnologías de la información y comunicación (TIC), para mantener informado al público de manera rápida y con contenidos de calidad, ello requiere una mayor inversión que va de la mano del modelo de negocio empresarial, que a largo plazo dará resultados como: incremento de suscriptores, valoración positiva del medio, contenidos periodísticos de calidad, etc.

4.3. Recomendaciones

Debido a los avances tecnológicos que surgen cada día, el público se vuelve más exigente al momento de informarse. Con respecto a esto, los medios de comunicación en nuestro país no utilizan las herramientas periodísticas que están disponibles y en tendencia actualmente, por miedo al rechazo y fracaso en el intento de hacer un nuevo periodismo.

Luego de las conclusiones establecidas se proponen las siguientes recomendaciones:

Ecuavisa: para fomentar el periodismo en tiempo real es necesario que realice tanto en Facebook como en Twitter transmisiones vía *streaming*, puesto que los usuarios tienen la necesidad de informarse al instante de lo que está pasando en su entorno, y son los medios los que tienen la obligación de informar de forma rápida y oportuna. Además se toma en consideración que en la cuenta de Facebook deberían difundir más noticias de carácter económico, político, social, cultural, y no solo de relleno, esto se sugiere debido a los comentarios que hacen los usuarios; pues manifiestan que no se publican noticias relevantes.

El Comercio: se sugiere realizar transmisiones *streaming* no solo de análisis de los partidos de fútbol, sino también de análisis económico, político, social, o realizar entrevistas a fuentes oficiales que despejen las dudas de los ciudadanos. Esta herramienta es de gran importancia puesto que permite tener una interacción directa entre el medio, entrevistado y usuarios. También ayuda a obtener información única, porque que una emisión de *streaming* no puede ser almacenada en los dispositivos de los usuarios, por ello evita que capturen el archivo de audio o video.

Ecuador en Vivo: Para este medio se recomienda utilizar mapas, gráficos, diagramas y tablas en las noticias y reportajes que publican, porque esto hace más entendible e interesante digerir la información que presentan. Además utilizar estas herramientas hace que las noticias sean más creíbles, por los datos que contienen. Así también se recomienda realizar transmisiones vía *streaming*, puesto que no tiene un costo elevado, simplemente se requiere de un dispositivo móvil y conectividad a Internet. Esta implementación le ayudará a incrementar más usuarios.

Otra recomendación importante que se sugiere a *Ecuador en Vivo* es que evite repetir las publicaciones, esto genera desinterés y cansancio en el lector, y, por supuesto a largo plazo ocasionaría que el medio no se posicione en la mente del consumidor y termine utilizándolo como fin último para informarse.

BIBLIOGRAFÍA

Abellán A., & Pujol, R. (2013). Un perfil de las personas mayores en España, 2013. Indicadores estadísticos básicos

Álvarez, M. (1999). Elementos para caracterizar los "nuevos" medios de comunicación. *Revista latina de comunicación social*, (19), 6.

Bardin, L., Krippendorf, K., Martín, R., Holsti, O., Berelson, B., Staiger, E. & Aspeitia, B. (2015). Estadística y Metodología de la Investigación. Análisis de contenido. Información recuperada en URL: https://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf (Fecha: 23/03/2016)

Benítez, A. (2016). La realidad virtual aplicada al periodismo de marca. Información recuperada en URL: <https://delosmediosalometamedios.files.wordpress.com/2016/03/4-periodismo-inmersivo-de-pucc81blico-a-actor-de-la-informacioc81n.pdf> (Fecha 30/04/2016)

Brito, R., & Chico, G. (2013). Big Data y periodismo en el continente americano. Cinco casos de estudio. *Big Data*, 95, 57.

Boynton, R. (2015). *El nuevo periodismo: conversaciones sobre el oficio con los mejores escritores estadounidenses de no ficción*. Ed. Universidad de Barcelona, Barcelona. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: <https://books.google.com.ec/books?id=yzwsCgAAQBAJ&pg=PA4&dq=periodismo+en+el+2015&hl=es-419&sa=X&ved=0CEgQ6AEwCGoVChMI3syD9PzoyAIVgSoeCh25kQcr#v=onepage&q=periodismo%20en%20el%202015&f=false>

Bullón, P. (1999). Algo está cambiando. *Revista electrónica Sala de Prensa*, (5).

Canga, J. (2000, mayo). *Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión*. Artículo presentado en el I Congreso del Departamento de Periodismo. Universidad del País Vasco. Información recuperada en URL: http://pendientedemigracion.uclm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm (Fecha: 25/10/2015)

Crucianelli, S. (2010). Herramientas digitales para periodistas. *Knight Center for Journalism in the Américas*. Información recuperada en URL: <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf> (Fecha: 29/04/2016)

Cruz, C., Sandin, J., DeFanti, A., Kenyon, V., & Hart, C. (1992). The CAVE: audio visual experience automatic virtual environment. *Communications of the ACM*, 35(6), 64-73. Información recuperada en URL: <http://go.galegroup.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA12353475&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=fulltext&issn=00010782&p=AONE&sw=w&authCount=1&isAnonymousEntry=true> (Fecha 07/02/2016)

Diezhadino, P. (2007). Periodismo en la era de Internet Claves para entender la situación actual de la información periodística en España. Ed. Ariel, España. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: https://www.academia.edu/2987966/Periodismo_en_la_era_de_Internet

Domínguez, E. (2013). Periodismo inmersivo: fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y la acción. Tesis de doctorado. Barcelona: Universitat Ramon Llull (Comunicación). Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: https://www.academia.edu/3206171/Periodismo_inmersivo._Fundamentos_para_una_forma_period%C3%ADstica_basada_en_la_interfaz_y_en_la_acci%C3%B3n

Flores, J. & Salinas, C. (2013). *El periodismo de datos como especialización de las organizaciones de noticias en Internet*. Universidad Complutense de Madrid. (España). Consultado el 26 de octubre de 2015 de URL: http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/cnt/1_periodismo_datos.pdf

Flores, J., & Salinas, C. (2012). Sinergias en la construcción del nuevo periodismo derivadas del data journalism y el transmedia journalism. In *III Congreso internacional comunicación* (Vol. 3, pp. 1-15).

Franco, G. (2009). *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe*. Ed. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: https://knightcenter.utexas.edu/digitaltech_es.pdf

Gallardo, J., & Lavín, E. (2016). Uso de drones con fines informativos en empresas de televisión en España. *El profesional de la información*, 25(2), 1699-2407. Información recuperada en URL: <https://periodismofuturo.wordpress.com/2014/07/03/uso-de-drones-para-el-desarrollo-del-periodismo/> (Fecha: 29/04/2016)

Gomiz, L. (1991). Teoría del periodismo. *Editorial Paidós. Barcelona, España*.

Gonzalo, P. (2015). 6 iniciativas fundamentales para entender el Periodismo Drone. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: <http://www.periodismociudadano.com/2015/01/26/6-iniciativas-fundamentales-para-entender-el-periodismo-drone/>

Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas, Argentina. Pp. 141. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: https://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA141&dq=entrevistas+semiestructuradas&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Gray, J., Chambers, L., & Bounegru, L. (2012). *The data journalism handbook*. " O'Reilly Media, Inc.". Herramientas del periodismo de datos Mariño, A. (2012). La relación del periodismo de datos con big data y open data. *Universidad Carlos III de Madrid. Trabajo fin de máster*. Información recuperada en URL: <https://es.scribd.com/doc/111830154/La-relacion-del-Periodismo-de-Datos-con-Big-Data-y-Open-Data> (Fecha: 29/04/2016)

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Ed. Paidós, Barcelona. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: <https://books.google.com.ec/books?id=LLxY6i9P5S0C&printsec=frontcover&dq=analisis+de+contenido&hl=es-419&sa=X&ved=0CCYQ6AEwAmoVChMI-YnR46TpyAIVhSQeCh1X1AGN#v=onepage&q=analisis%20de%20contenido&f=false>

Kapuscinski, R. (2002). Globalización y diversificación. *Claves de razón práctica*, (126), 20-25.

Kapuściński, R. (2002). Los cínicos no sirven para este oficio. *Sobre el buen periodismo. España: Anagrama*. Información recuperada en URL: <http://biblioteca.upacifico.cl/wp/wp-content/uploads/2012/05/Periodismo-Marzo.pdf> (Fecha 07/05/2016)

MacGregor, P. (2003). Mind the Gap Problems of Multimedia Journalism. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 9(3), 8-17.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT press. Información recuperada en URL: https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=G-4EyYR-QgMC&oi=fnd&pg=PT13&dq=Lev+Manovich++&ots=PMduTREPC0&sig=b6Az6L89x_Giy2Nk0jjWQBjDSj4 (Fecha 07/02/2016)

Martín, D. (2014). Periodismo inmersivo: la influencia de la realidad virtual y del videojuego en los contenidos informativos (Vol. 31). Editorial UOC. Información recuperada en URL: <https://books.google.com.ec/books?id=8eJGAwAAQBAJ&pg=PT64&lpq=PT64&dq=Yorker+envi%C3%B3+a+Capote+al+lugar+para+conocer+los+hechos.+Capote+sigui%C3%B3+la+investigaci%C3%B3n+durante+seis+a%C3%B1os,+habl%C3%B3+con+los+habitantes+del+pueblo+y+se+gan%C3%B3+la+confianza+de+los+asesinos+para+que+le+relataran+su+vida&source=bl&ots=53tLz70GuD&sig=AD5VOBVQQSurmtE1hWgAr0brTnk&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiTy6y3gNfKAhXDox4KHfMACF4Q6AEIGjAA#v=onepage&q&f=false> (Fecha: 23/03/2016)

Mesa, V., & Izquierdo, L. (2015). Los drones: su aplicación en el mundo de la comunicación. Información recuperada en URL:

<http://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/907/LOS%20DRONES.SU%20APLICACION%20EN%20EL%20MUNDO%20DE%20LA%20COMUNICACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Fecha 30/04/2016)

Núñez, J. (1999). Los retos del periodismo digital. *Sala de Prensa*, (12). . Información recuperada en URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/68acely.htm> (Fecha 07/02/2016)

Peñafiel, C. (2015). *La comunicación transmedia en el campo del periodismo: Supervivencia en el ecosistema digital*. Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación), vol. (3). Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2015031713480001&idioma=es>

Prudhon, C. (2002). Evaluación y tratamiento de la desnutrición en situaciones de emergencia. Ed. Icaria, Barcelona. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: https://books.google.com.ec/books?id=QuUkl7cZ6QC&pg=PA197&dq=entrevistas+semiestructuradas&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=entrevistas%20semiestructuradas&f=false

Prudkin, G. (2016). El Periodismo Drone: contextualización histórica y posibles usos periodísticos. *Comunicação & Inovação*, 17(33), 7-21.

Quiroga, A. (2013). La información viva en internet. Noticias in-crescendo. El periodismo en tiempo real y la actualidad múltiple. Análisis en torno a la noticia de la elección del nuevo Papa. Artículo presentado en el IV Encuentro Panamericano de Comunicación, Córdoba-Argentina. Consultado el 26 de octubre de 2015 de URL: <http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/Escenarios%20digitales/-Unlicensed-Escenarios-Digitales.-Quiroga.pdf>

Rodríguez, M. (2012). Nuevos perfiles en comunicación. El periodista de datos. In *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, control y resistencias* (p. 62). Sociedad Latina de Comunicación Social.

ROST, A. (2012). Periodismo e interactividad: preguntas, definiciones y desafíos en la participación de los usuarios. *Cartografía del periodismo participativo*, Valencia: Tirant Humanidades, 13-26.

Salaverría, R. (2014). Periodismo en 2014: balance y tendencias. Cuadernos de Periodistas: Revista de La Asociación de La Prensa de Madrid, 29, 9-22. Información recuperada en URL: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/periodismo-en-2014-balance-y-tendencias/> (Fecha: 23/03/2016).

Soto, T. (2012). *Cibermedios Latinoamericanos: Casos de estudio: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela*. España. Consultado el 25 de octubre de 2015 de URL: https://books.google.com.ec/books?id=5NE-GGLNKN0C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Schudson, M. (2010). Political observatories, databases & news in the emerging ecology of public information. *Daedalus*, 139(2), 100-109.

Verón, J. & Sabés, F. (2008). Las nuevas tecnologías en la formación del periodista: una necesidad real e inmediata.

Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Paidós. Información recuperada en URL: <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=UCC.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=052846> (Fecha 07/05/2016).

Entrevistas

Arana, B. [HVStv]. Entrevista Tania Tinoco. (fecha 13/01/2016). Información recuperada en URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jAkRkawsK4g>

Sánchez, P. [Paola Sánchez]. (2014,10, 27). Periodismo de datos: entrevista al director web de El Comercio. Información recuperada en URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y6e7AbgnQA4> (Fecha 04/10/2016).

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista 1. Osmar Quimi (*Ecuavisa*)

Pregunta	Respuesta
¿Su medio utiliza el dron para realizar coberturas periodísticas?	Sí
¿Qué debería conocer la persona que está manejando el dron para realizar coberturas?	Una persona que opera un Drone debe tener primero cualidades de fotografía y la capacidad de componer encuadres en movimiento. Además de conocer perfectamente el equipo ya sea en la parte física como en el software debe tener conocimiento sobre las condiciones de vuelo y reconocer las condiciones y lugares apropiados para volar un dron.
¿Ha recibido capacitaciones para hacer periodismo dron?	Sí, es el primer requisito. La capacitación es la base para todo. Aunque ahora los Drones tienen un sistema que es muy práctico y la operada del equipo se hace muy fácil Es muy importante saber cómo reaccionar ante un percance. Ahora se ha hecho muy comercial el adquirir un dron por su bajo costo el índice de accidente ha aumentado. Es recomendable usarlo a conciencia siempre resguardando el bienestar de las personas.
En su opinión, ¿cuál crees que es el futuro del periodismo dron?	No contestó
A parte de las limitaciones éticas y legales, ¿qué otras limitaciones o problemas encuentra en el periodismo dron?	<p>La DAC es el órgano regulador estableció que este tipo de aeronaves no podrán sobrevolar espacios aéreos controlados, o sea se restringe la operación de drones a una distancia igual o mayor a 9 kilómetros en aeropuertos o base aérea militar.</p> <p>-No exceder una altura de vuelo de 122 metros sobre el terreno</p> <p>-solo podrán ser operados en horas comprendidas entre la salida y la puesta del sol, es decir, durante el día, y en condiciones meteorológicas de vuelo visual.</p> <p>-Los operadores de los drones no deberán estar fatigados o bajo los efectos del alcohol</p>

	o drogas, y se establecen seguros por daños, entre otros puntos.
¿En qué tipo de contenido (periodismo, series, novelas, investigación, etc.) están empleando el dron?	Sí, implementa mucho el dron para complementar sus reportajes o transmisiones especiales. Programas como Visión 360, Televistazo y producciones como 3 familias Así pasa ,La trinity y EnContacto hacen usos de este recurso para un mayor impacto en el área visual.

Anexo 2. Entrevista 2. Carlos Ruiz (*Ecuador en Vivo*)

Pregunta	Respuesta
¿Su medio realiza periodismo de datos?	Nuestro medio básicamente está enfocado en temas políticos, nuestro primer objetivo no es hacer periodismo con datos.
¿Realizan periodismo en tiempo real?	No, para cubrir los temas más importantes nos repartimos cierto número, pero por lo general son eventos políticos.
¿Tienen periodistas especializados para periodismo de datos o periodismo en tiempo real?	En este medio somos tres periodistas (comunicadores sociales), los cuales nos encargamos de cubrir todos los eventos y no tenemos especialización