

ISSN electrónico: 2602-8069 - ISSN impreso: 1390-5341

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA

*Transmedia narratives and journalism:
The connectivity of photographs and images in the social
network of the newspaper El Espectador in Colombia*

Évertonl De Oliveirs Cabral

Universidad Estatal de Ponta Grossa

evertoncabral.jor@gmail.com

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9452-8364>

Bruno José Fiorini

Universidade do Vale dos Sinos

brunojosefiorini@gmail.com

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8379-8462>

Larissa Bortoluzzi Rigo

Pontificia Universidad Católica do Rio Grande do Sul

lary_rigo@yahoo.com.br

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6308-334X>

Fecha de recepción del artículo: 17/11/2020

Fecha de recepción del artículo: 30/11/2020

RESUMEN

Las narrativas transmedia en las redes sociales digitales, como Instagram, reconfiguran las prácticas de producción de noticias, al mismo tiempo, reformulan el consumo dentro del “nosotros” en esas mismas redes. La reconfiguración se da a partir de narrativas interconectadas que cruzan enlaces e hipervínculos, que diversifican la forma de consumo de noticias. Para entender este contexto de digitalización de los procesos periodísticos, se observa desde el contexto de las narrativas y el hipertexto, y es posible identificar las características del periodismo transmedia en la plataforma, gracias a la difusión de noticias en el entorno digital y a las potencialidades vinculadas a las redes sociales digitales (RSD). La presente investigación tiene como objetivo comprender las narrativas transmedia, a partir de las imágenes y fotografías publicadas en Instagram del diario *El Espectador* de Medellín, Colombia. Por tanto, tenemos los siguientes objetivos específicos: identificar el concepto de narrativas transmedia de imágenes y fotografías en Instagram, para describir los procesos comunicacionales y periódicos, a través de la tematización de las narrativas transmitidas. Con las herramientas de las tecnologías sociales digitales observamos el flujo constante en la producción del periodismo en las redes sociales y el consumo de narrativas transitorias, que adoptan características con los lectores. De esta forma, los resultados propuestos incluyen que cada lenguaje, apoyado en la web, sirve como generador de periodismo y configura el conjunto de estas narrativas, que generan nuevas y profundas experiencias tras su publicación, expresando los géneros fotoperiodistas con sus temáticas y características transmedia.

Palabras clave: Redes sociales, periodismo transmedia, conectividad, fotografías.

ABSTRACT

Transmedia narratives on Instagram digital social networks reconfigure production practices of news and, at the same time, consumption is reformulated within the “us” in social networks digital. Reconfiguration occurs from interconnected narratives that cross links and hyperlinks that diversify the way of news consumption. To understand this context of the digitization of journalistic processes, it is observed from the context of narratives and hypertext and, it is possible to identify the characteristics of transmedia journalism on the platform thanks to the dissemination of news in the environment digital and the potentialities linked to digital social networks (RSD) This research has as an objective to understand transmedia narratives from the images and photographs published in Instagram of the newspaper *El Espectador* located in Medellín, Colombia. Therefore, we have the following specific objectives. identify the concept of transmedia narratives of images and photographs in Instagram, to describe the communicational and periodic processes through the thematization of the transmitted narratives. With the tools of digital social technologies, we observe that the Flow constant in the production of journalism in social networks and in the consumption of transitory narratives. They adopt characteristics with readers. In this way, the proposed results include that each language, supported and presumably on the web, serves as a generator of journalism that configures the set of these narratives that generate new and profound experiences after their publication, expressing photojournalist genres with their themes and transmedia characteristics.

Keywords: Social networks, transmedia journalism, connectivity, photographs.

INTRODUCCIÓN

Las narrativas transmedia en las redes sociales digitales Instagram reconfiguran las prácticas de producción de noticias y, al mismo tiempo, se reformula el consumo dentro del “nosotros” en las redes sociales digitales

La reconfiguración se da a partir de narrativas interconectadas que cruzan enlaces e hipervínculos, que diversifican la forma de consumo de noticias. Así, los periódicos como medios de comunicación, ingresaron a los procesos comunicacionales en el entorno digital, precisamente, hace 26 años según Salaverria (2019). En cuanto a Instagram, la entendemos en este trabajo como una red social digital, para poder dilucidar las perspectivas que surgen de los humanos y no solo por un aparato.

Para entender la red social digital usaremos la sigla RDS, para una mejor comprensión. En el momento inicial, Instagram se dedica a la publicación de fotografías o videos con subtítulos o leyendas de texto. Ahora, se observa que existen más formas de producir contenidos con formatos inmersivos y participativos. Aun así, el vídeo y la fotografía son las producciones más presentes en RDS, lo que ha cambiado es el formato, el tiempo de exposición y la hibridación de otros medios. Por tanto, en esta investigación solo se analizará el objeto de la fotografía, porque tiene una mayor concentración de contenido disponible en el perfil del diario.

Para entender este contexto de la digitalización de los procesos periodísticos, se observa desde el contexto de las narrativas y el hipertexto y, es posible identificar las características del periodismo transmedia en la plataforma, gracias a la difusión de noticias en el entorno digital y las potencialidades vinculadas a las redes sociales digitales (RSD). Por tanto, es necesario aportar perspectivas que alineen la evolución de las redes sociales desde la perspectiva del periodismo, que dilucidan toda la configuración de las fases pre y pro periodística.

En este contexto, existe un modelo convergente en el periodismo definido por Salaverria, García Avilés y Masip (2010), como un proceso que multiplica el despliegue generalizado de las tecnologías de las telecomunicaciones, provocando que afecte al ámbito tecnológico, profesional, empresarial y editorial de los medios de comunicación, ofreciendo una integración de herramientas, espacios y lenguajes previamente separados. Y, sin embargo, los periodistas comienzan a compartir sus producciones en varias plataformas.

Así, es posible inferir que la comunicación digital ha ido cambiando la forma de construir las noticias, ya que cada plataforma tiene sus propias características que son identificadas por las redacciones. En los dispositivos móviles, por ejemplo, la información se difunde en diferentes medios y configura el periodismo, dando lugar a la llamada convergencia periodística (Canavilhas, 2013).

El objetivo general de esta investigación es comprender el tema de las narrativas transmedia en Instagram del diario *El Espectador* de Medellín, Colombia. Por tanto, tenemos los siguientes objetivos específicos para identificar los conceptos de narrativas transmedia de imágenes y fotografías en Instagram, para describir los procesos comunicacionales y periodísticos a través del sesgo del lenguaje histórico de la fotografía y el fotoperiodismo en la web.

Con la popularización de las tecnologías de la información y la comunicación, los teléfonos inteligentes y la propia Internet, la circulación de imágenes en plataformas digitales como Instagram se ha vuelto más compleja, de modo que los medios ya no son los únicos que producen imágenes en estas plataformas. Las narrativas transmedia complican aún más las producciones. Así, cabe preguntarse ¿cómo la narrativa transmedia asiste a la expresión del periodismo en las redes sociales digitales en el Instagram del diario *El Espectador*?

INSTAGRAM, IMAGEN Y FOTOGRAFÍA

Entendemos que las formas recientes de conexión móvil en redes sociales consumidas por teléfonos traen consigo modelos de comunicación que definen e identifican a cada uno con sus atributos - como la redefinición de dispositivos con acceso a estas redes en dispositivos de medios locativos que buscan adaptarse a las nuevas tecnologías y formas de producción, consumo y circulación de información (Silva, 2007; Briggs, 2009).

Desde el inicio de la telefonía móvil en 1994, las alertas de noticias estuvieron presentes, desde el celular hasta los sitios web de las redacciones, con lo cual es evidente que el periodismo se ha ido adaptando para mantenerse al día con los cambios tecnológicos, dado que las aplicaciones han entrado en este escenario en 2007, con la popularización de los iPhone, que se determinan como un pequeño software instalado en los sistemas operativos de los teléfonos inteligentes y tabletas, con la posibilidad de acceder a contenidos *online* u *offline*. Son fáciles de instalar, manipular, borrar y volver a instalar (Cunha; Martins, 2011).

Las prácticas del fotoperiodismo en la web también se pueden definir por dos características, la primera es básicamente el atributo del dispositivo fotográfico en los dispositivos móviles, y, como consecuencia de la cotidianidad que afecta a una fotografía identificada como banal, que conlleva una estética de transparencia (Silva JR, 2012).

Las redes sociales, como Instagram, son un terreno fértil para el periodismo. Carvalho (2010) aclara que el periodismo en este entorno se compone de constantes adaptaciones de contenidos, ya que los medios deben estar siempre al día de las novedades e innovaciones, que acompañan a la sociedad a la que pertenece (Corrêa Saad, 2016). Esto significa que las prácticas y lógicas del periodismo cambian a medida que las tecnologías se establecen en el tejido social.

Instagram fue creado el 6 de octubre de 2010 por el estadounidense Kevin Systrom y el brasileño Mike Krieger, con el foco inicial de rescatar la nostalgia por la instantánea que traían las clásicas polaroids, y fue desarrollado a partir de otra aplicación más compleja, llamada Burbn. El “desarrollo de esta aplicación resultó ser muy complejo, lo que motivó a Kevin y Mike a elegir una de las funciones que consideraban más atractivas: la fotografía” (Piza, 2012). Además, es importante señalar que en 2012 se vendió la empresa Instagram al actual propietario de Facebook, el empresario Mark Zuckerberg, en una millonaria transacción. “De lejos, es el monto más alto pagado hasta la fecha por la compra de un sistema / aplicación dedicado a operar en plataformas móviles” (Silva, 2012: 2).

Instagram optimizó las formas de hacer y ver fotografías. El consumo de imágenes se configura en ese entorno. Fiorini (2019) señala que al comprender la lógica y dinámica del tejido social con sus múltiples características, “podemos entender que Instagram ha potencializado una nueva forma de dinamismo y gramática para internet: las fotografías” (Fiorini, 2019: 64). Bianchi (2017) señala que esta red social “habla” directamente a “individuos comunes”:

Com uma linguagem simples e uma interface amigável, convida o usuário a levar para o mundo hi-tech uma prática já bastante conhecida pelos filhos da geração do analógico: os álbuns de família. Agora, porém, o convite é irrestrito e ilimitado. Não se fotografa apenas aniversários, casamentos, batizados e algumas cenas e momentos muito especiais do cotidiano, fotografa-se tudo. O caráter instantâneo da rede social também permite reagir aos registros compartilhados,

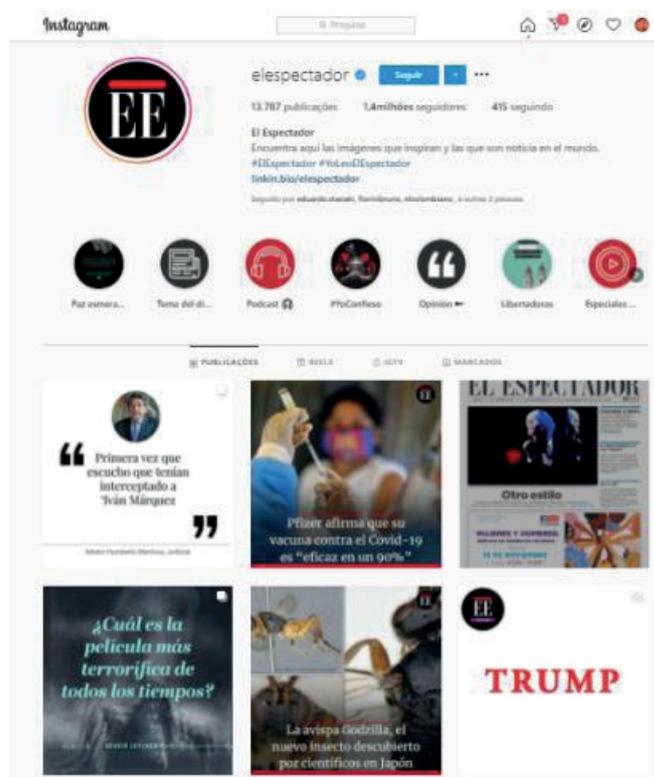
LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA

por medio de "likes" e comentarios, tornando a experiência de fotografar mais interativa. Por tudo isso, o Instagram surge como rede social da imagem por excelência (Bianchi, 2017, p. 136)¹.

Los datos aportados por la revista *Exame* revelaron que Instagram tenía alrededor de mil millones de cuentas activas en 2018. Esto demuestra que esta red social tiene un alcance muy amplio entre los usuarios. Silva (2012) explica todas las notas subidas al momento en Instagram. Para el autor:

Podemos dizer que este aplicativo consolida a demanda narrativa e de visibilidade do sujeito contemporâneo. Por esta e outras razões mobiliza milhões de pessoas, confrontando o modelo convencional de se fotografar mesmo na era digital e otimizando o processo de edição das imagens (Silva, 2012, p. 4)².

En la imagen de abajo, podemos ver la interfaz de Instagram, según actualizaciones y dinámica de 2020. El *print* del perfil del diario *El Espectador* sirve para orientar al lector.



- 1 Con un lenguaje sencillo y una interfaz amigable, invita al usuario a llevar al mundo de la alta tecnología una práctica ya bien conocida por los niños de la generación analógica: los álbumes familiares. Ahora, sin embargo, la invitación es ilimitada y sin restricciones. No solo fotografías de cumpleaños, bodas, bautizos y algunas escenas y momentos muy especiales de la vida cotidiana; se fotografía todo. La naturaleza instantánea de la red social también permite reaccionar a los registros compartidos, a través de "me gusta" y comentarios, haciendo que la experiencia de disparo sea más interactiva. Por todo ello, Instagram emerge como la red social de imagen por excelencia (Bianchi, 2017: 136) (traducción de los autores).
- 2 Podemos decir que esta aplicación consolida la demanda narrativa y de visibilidad del sujeto contemporáneo. Por este y otros motivos mobiliza a millones de personas, afrontando el modelo convencional de fotografía incluso en la era digital y optimizando el proceso de edición de imágenes (Silva, 2012: 4) (traducción de los autores).

METODOLOGÍA

El presente trabajo es una investigación descriptiva y cualitativa. Según Bauer y Gaskell (2002), la investigación cualitativa se ocupa de las interpretaciones de las realidades sociales. Mendes (2006: 6), entiende que la investigación cualitativa tiene como objetivo “[...] una demostración lógica de las relaciones entre conceptos y fenómenos, con el objetivo de explicar la dinámica de estas relaciones en términos intersubjetivos”.

Los parámetros de interpretación del fenómeno estudiado utilizan la “teoría fundamentada”, como base para la categorización de imagen y texto. Se trata de un método que crea “[...] comprensiones interpretativas abstractas de los datos” (Charmaz, 2009: 24). En otras palabras, es la unión entre las interpretaciones que surgen de las teorías y los datos empíricos, extraídos con bases teóricas. Las categorías de análisis seleccionadas para su fundación fueron: periodismo transmedia y la tematización de fotografías con base en su descripción y en la investigación descriptiva.

La siguiente tabla aclara los conceptos que se utilizan para construir el análisis y el contenido transmedia:

Tabla 1. Categorización adoptada en el estudio: Periodismo transmedia

Clasificación	Concepto	Descripción	Autores
Periodismo Transmedia	Autónomo.	Vinculado al resto de elementos que narran la historia.	Jenkins (2009); Moloney (2011).
	Contribución.	Específico para el desarrollo de todo el contenido.	
	Sin secuencia histórica.	No es necesario: la continuidad de la narrativa.	
	Amplio uso de contenido.	Uso de recursos puestos a disposición en la red.	
	Participación y cocreación.	Interacción del usuario con el entorno, también con el objetivo de crear contenido.	
	Distribuable.	Contenido unido a una red que debe distribuirse de forma viral.	
	Explotable.	Contenido en la misma red que ofrece rutas y niveles de lectura.	
	Realidad ininterrumpida.	Es continua, diferenciándose del periodismo tradicional: la periodicidad y seguimiento del evento en tiempo continuo, en las distintas plataformas involucradas.	
	Diversidad de puntos de vista personales	Participación de los usuarios a través de comentarios que deben insertarse en la producción periodística;	
	Inmersivo	Corresponde a la implicación de los lectores; el contenido debe tener formatos que favorezcan la conexión entre lector y contenido.	
	Imperecedero	Producciones que el lector podrá disfrutar en el futuro.	
Construido en mundos reales	Simplificación de eventos para una fácil comprensión.		

Fuente: los autores.

Además del marco teórico, utilizamos Grounded Research como base para la categorización de imágenes y se llevó a cabo sobre la base de la investigación bibliográfica o “conjunto de [...] procedimientos destinados a identificar información bibliográfica [...]” (Stumpf, 2005: 51), con miras a elaborar un panorama conceptual a adoptar en la obra.

Las etapas del estudio comprenderán: análisis de imagen y análisis de contenido. Para la categorización de la imagen se utilizó el análisis cualitativo de la fotografía, entendido por la construcción de la categoría de análisis, capaces de construir la transcodificación mediática, que es la traducción de lo visual en los signos lingüísticos, lo que permite, la construcción de un texto interpretativo de la imagen (Coutinho, 2005).

En este sentido, las etapas del estudio de la imagen incluyen: a) lectura; b) interpretación y, c) conclusión. En esta etapa se pretende identificar los conceptos de narrativas transmedia, relacionados con los preceptos que definen la tematización de fotografías, desde el fotoperiodismo analógico y en la web.

Además, Bauer y Gaskell (2002) afirman que este tipo de método es una categoría de tareas explícitas de análisis textual para fines de investigación social, con especial atención a los tipos, cualidades y distinciones del contenido. A partir de este concepto, Abela (2002) aclara que el análisis de contenido se basa en una “lectura del visual o textual” y sirve como instrumento de información constante (p.2); sin embargo, Bauer y Gaskell (2002) identifican que esta lectura no debe ser juzgada como la “lectura verdadera del texto”, aunque debe evaluarse de acuerdo con su fundamento en los materiales investigados y su congruencia con la teoría del investigador, a la luz del objetivo de la investigación.

Se utilizará el análisis de contenido, para interpretar el contenido textual publicado en Instagram por el diario *El Espectador*, para categorizar la tematización o contextualización de la noticia (Rodrigues, 2011) y para verificar las características del periodismo transmedia (Jenkins, 2009, Moloney, 2011).

Las definiciones de análisis de contenido se basan en demostrar, mediante el método científico, lo visual y lo textual, generalmente de hechos en contextos actuales. Krippendorff (1990: 28), señala que este análisis parte de “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que se puedan aplicar a su contexto”. Con este contexto, es posible definir los mensajes y significados vinculados a los diferentes tipos de contenido.

Según Bardin (1996: 3), el análisis de contenido, en el contexto comunicacional, basado en la recepción / emisión, se define como “el conjunto de técnicas de análisis de la comunicación tendientes a obtener indicadores [...] que permitan inferencias de conocimientos relacionados con las condiciones de producción / recepción (contexto social) de estos mensajes”.

La recogida de datos se realizó en los bancos o galería de fotos en Instagram de los citados periódicos, del 23 de abril al 3 de junio, ya que anteceden a la programación de los partidos del Mundial 2018. La recogida de datos se realizó desde los conceptos de “semana artificial” que, según Bauer (2003), aporta un muestreo confiable que garantiza la eficiencia en la investigación, al proporcionar una base lógica para el estudio. Además, tiene un orden aleatorio de eventos y debe realizarse durante varias semanas.

Por tanto, las fechas de recogida se dieron: 23 de abril (lunes), 1 de mayo (martes), 9 de mayo (miércoles), 17 de mayo (jueves), 25 de mayo (viernes) Lunes), 2 de junio de 2018 (sábado) y 10 de junio (domingo). En total, 27 imágenes fueron publicadas en Instagram por el diario *El espectador*.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

Instagram es un sitio de redes sociales digitales, creado por Kevin Systrom y Mike Krieger en octubre de 2010. Los desarrolladores, según Ferreira y Padilha (2014), se graduaron de la Universidad de Stanford. Systrom tiene una licenciatura en Administración de Ciencias e Ingeniería (grado), y su primer trabajo con tecnologías digitales fue cuando era pasante en Odeo, una empresa que luego se convirtió en Twitter. Posteriormente, trabajó en Gmail, servicios de Google Reader y otros productos de la empresa Google (Piza, 2012).

Krieger se graduó en Sistemas Simbólicos, con un tema central en la interacción humano-computadora. Trabajó como pasante y desarrolló software en el equipo de Microsoft PowerPoint. El trabajo de su maestría se centró en las interfaces de usuario. Después de graduarse, trabajó como diseñador en Meebo, una empresa de redes sociales. Con ello nos dimos cuenta de que el conocimiento de los creadores, con respecto a sus trayectorias profesionales, se define bajo el concepto de la aplicación, ya que ambos muestran interés por las tecnologías digitales, la fotografía y los productos sociales (Piza, 2012).

El uso de la red social Instagram ha crecido considerablemente a lo largo de los años. Según una investigación del sitio web estadístico Statista, la aplicación se ha convertido en una de las principales redes sociales del mundo, ocupando la cuarta posición como la red social más utilizada en el mundo. Además, solo en junio de 2018, la red social digital alcanzó mil millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo.

La plataforma también cuenta con recursos fundamentales para entender el funcionamiento de su sistema. En el momento inicial es necesario crear una cuenta a través de un dispositivo móvil, que cuente con recursos para descargar la red social digital. Poco después, la elección de la imagen de perfil y una pequeña bibliografía indica que ya está lista para usar, pero también es necesario seguir a los usuarios para que el contenido producido sea visible.

Los recursos existentes en RSD Instagram para la producción de contenido, se basan inicialmente en la creación de fotografías que se almacenan. A lo largo de los años la plataforma lo ha hecho posible, imágenes momentáneas disponibles en *stories* durante veinticuatro horas, videos que pueden estar en transmisión en vivo o en el noticiero (Food), e incluso en Instagram TV.

Las fotos y videos en la aplicación se pueden editar con 40 tipos de filtros y se pueden editar manualmente con la opción de edición, que aporta brillo, contraste, estructura, temperatura, saturación, color, luz, sombra, viñeta, funciones de enfoque y nitidez. Se puede observar que la fotografía en la red social digital tiene un tratamiento detallado con varios recursos a su disposición, trayendo así no solo la imagen en bruto, sino la fotografía editada, que no pretende reemplazar al software sino crear imágenes participativas y hermosas.

Se puede ver en la tabla superior que el diario *El Espectador* publicó 27 imágenes y fotografías. El propósito de este trabajo es analizar qué características del periodismo transmitido están presentes en la muestra, para contextualizar la producción de imágenes y textos publicados en los dos vehículos de comunicación.

Inicialmente, este trabajo ofrece una comparación entre las categorías de análisis seleccionadas para analizar las imágenes recopiladas, a saber: tematización, géneros de fotoperiodismo y periodismo de transmisión.

Entendemos por tematización como la técnica de tratamiento de la información, que sirve para contextualizar los significados connotativos y denotativos, lo cual puede abrir posibilidades en el uso de la fotografía en diferentes sujetos, para identificar diferentes propósitos e interpretaciones, que orientarán o delimitan diferentes discursos (Rodrigues, 2011).

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA

Además, la tematización construye una colección de fotografías, con diferentes ejes temáticos, y es posible clasificar las fotografías entre temas similares y diferentes. Rodrigues (2011) identifica que existen posibilidades en la temática, tales como, el enriquecimiento del conocimiento sobre el objeto estudiado, diversidad en las características de las fotografías.

A continuación, el análisis de las tablas con las fotografías e imágenes definidas por el período mencionado en el texto:

Tabla 1. Ejemplos de tematización - portadas de periódicos de tematización

		
<p>Música</p> <p>"Buenos días. Esta es nuestra #PortadaEE de hoy. Después de superar una hemorragia en sus cuerdas vocales, la artista Barranquilla @shakira está lista para poner en marcha el #DoradoWorldTour, comienza mañana en Alemania y termina en noviembre en Bogotá. La ampliación de esta y más noticias en nuestra versión impresa y en www.elespectador.com Feliz sábado para todos. #YoLeoElEspectador #Shak #Shakira#ElEspectador #Artist"</p>	<p>Judiciario</p> <p>"Hola, lectores. Esta es nuestra portada de hoy: Ante el presidente Juan Manuel Santos tomaron posesión ayer los 11 miembros de la Comisión de la Verdad. Su misión: elaborar un informe para el esclarecimiento de los hechos del conflicto armado, el reconocimiento por parte de la sociedad de los responsables y hacer recomendaciones para la convivencia y no repetición. La ampliación de esta noticia en @eecolombia2020 o en nuestra página www.elespectador.com #verdad #comisión #justicia #conflicto#colombia2020 #ElEspectador"</p>	<p>"Buenos días, lectores. Esta es nuestra portada de hoy: Los violentos disturbios que durante cinco días dejaron 27 muertos obligaron al presidente de Nicaragua, Daniel Ortega, a revocar una reforma pensional con la que buscaba financiar al sistema de seguridad social. Hoy habrá una Marcha Nacional por la Paz y el Diálogo. La ampliación de esta y otras noticias en www.elepectador.com #news #Nicaragua #pensión #marcha #paz#disturbios #ElEspectador#YoLeo ElEspectador #portada</p>
<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>	<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>	<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>

Fuente: los autores

Las portadas de los diarios impresos pueden considerarse como una característica fundamental en la difusión de contenidos periodísticos en un entorno digital, porque están presentes de forma masiva, no solo en los perfiles de Instagram del citado diario, sino en la productiva rutina del periodismo transmedia dentro de las redacciones. La primera imagen publicada por *El Espectador* es la foto de portada del periódico impreso, que se publica todos los días. Se demuestra así los criterios de autonomía con una secuencia histórica.

Partiendo de la narrativa transmedia, se puede decir que la portada del diario, en una red digital poco después de su publicación, engloba estrategias de comunicación para entender la fotografía en su totalidad. Las tablas dos y tres de las portadas de los periódicos traen diferentes temáticas —entre la cultura y el poder judicial—. Hay una secuencia de eventos recientes sin tener una relación. Vistos como narrativas transmedia, por su autonomía, pertenecen a un contexto que necesita continuar con la narración. Hay un amplio uso

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA

de contenido para la foto de portada, para enmarcar en una red social digital y para traer recursos como *hashtag* (#) dentro y fuera del texto. El lenguaje de los medios digitales se diferencia de la escritura en la portada.

Tabla 2. Ejemplos de tematización - animales y naturaleza


<p>“#DíaInternacionalDeLasAves 🐦🐦🐦 En# Colombia, la región Andina es la región más rica y biodiversa de #aves, con 800 especies registradas. Le sigue el bosque húmedo tropical de la #Amazonia, con 730 especies; el Caribe, con 750 (delas cuales 50 son únicas de la región); el Pacífico con 650 especies y los Llanos Orientales, con 470 especies registradas. 📷: @tatan.delgado #BosqueHúmedo #Aves #Birds#photography #photographer.”</p>
<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>

Fuente: los autores.

La fotografía tiene el tema de los animales y se relaciona con el género del fotoperiodismo con rasgos de interés animal, normalmente asociado a la belleza y cumpliendo los intereses de los lectores. Las percepciones transmedia corroboran la distribución y pueden insertarse en otras redes digitales. También es inmersivo por la característica de estar en red. Además, contribuye a las inmersiones sociales de los seres de la naturaleza.

Tabla 3. Ejemplos de tematización - desastres


<p>“Entre miércoles y jueves, el municipio de Valdivia, Antioquia, recibió cerca de 2.000 personas que evacuaron sus casas por la amenaza de una creciente en el río Cauca o, peor aún, un colapso en Hidroituango. Las personas están alojadas en albergues que están a tope. Mientras tanto, el Ejército y la Policía Nacional han organizado eventos con juegos para niños y presentaciones musicales para las familias. La idea es que estas actividades de esparcimiento se mantengan a diario mientras dure la emergencia. Fotos: @m.alejandra.m #hidroituango #juegos #esparcimiento#población #antioquia”</p>
<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>

Fuente: los autores.

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA

El marco de las “nuevas viviendas públicas” aborda la localidad a través de la construcción de viviendas para los habitantes de Bogotá. La tematización encaja en la construcción civil. La narrativa sigue la línea dentro de los parámetros transmedia desde su autonomía, la aportación sobre el tema, explotable por una continuidad histórica al contenido “completo” de la web. Además, la realidad no se ve interrumpida por la observación continua del evento.

Tabla 9 y 10. Ejemplos de tematización – infografías

<p>* ¿Cuál es la utilidad del periodismo ambiental? Ellos nos cuentan cómo han logrado hacerlo y qué tan útil y fácil es.</p> <p>* ¿Cuál es el papel que cumple la información comercial en los medio de comunicación? Te esperamos a partir de las 5:00 pm en el pabellón 17 stand 1409. Presenta tu tarjeta del Círculo de Experiencias en las taquillas de Corferías y recibe el beneficio de 2x1 en boletería. 🍷🍷 #YoSoyEspectador #YoLeoElEspectador#CírculoRecomienda #Bogotá #FILBo2018</p>	<p>“Le explicamos qué ocurrió en Hidroituango, el proyecto hidroeléctrico más grande de América Latina, que tiene en alerta máxima a 12 municipios del norte de Antioquia, Sucre y Córdoba. #Hidroituango #Sucre #Córdoba #Antioquia#RíoCauca #PuertoValdivia #Represa#ElEspectador”</p>
<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>	<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>

Fuente: los autores.

Estas infografías abordan una característica del periodismo de datos, como fuente de información absorbida como narrativa transmedia. De esta forma, el primer concepto que se le atribuye al personal es el de contribución para traer un contenido específico en su totalidad. La narrativa también es distribuible por estar en la red social digital, sitio web y otras plataformas del periódico. Así, la realidad se destaca como ininterrumpida por traer información estadística en constante cambio. Finalmente, es evidente que la infografía participa activamente en las redes de periódicos, definiéndose como una característica de la cultura periodística en red.

Tabla 10. Tematización – deporte


<p>“Buffon anunció que deja la Juventus y la selección de Italia. El arquero, que conquistó 26 trofeos en su carrera, entre ellos el Mundial de Alemania 2006, explicó que no aceptará ninguna propuesta de equipos italianos ni de clubes militantes en ligas menores porque su prioridad es tener desafíos estimulantes.”</p>
<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>

Fuente: los autores.

Las narrativas deportivas han sido clásicas desde sus inicios en el periodismo latinoamericano. La cultura del fútbol se materializa en producciones periodísticas con horarios constantes. La narrativa deportiva se puede ver dentro del periodismo desde el punto de vista de la autonomía, porque se vincula a otros contextos que se insertan, como el equipo de fútbol, el momento determinado del juego, el lugar y el espacio. Además, es explotable por los recursos utilizados en la red, aporta diversidad de puntos de vista en comentarios positivos y negativos al jugador. Por lo tanto, todavía se construye en mundos reales debido a la fácil comprensión de los consumidores.

Tablas 16 y 17. Ejemplos de tematización - interés pictográfico temático e interés humano

	
<p>“O entardecer encoberto lindamente pela Igreja de Nossa Senhora da Penha mostra que a beleza do rio vai além de suas praias, não é mesmo? Salve, Zona Norte! 🌅❤️ Quer ver seu registro aqui no nosso #Instagram? Use a hashtag #JornalOGlobo e acompanhe nossos posts! #instagramview #instapic #sunset#nossasenhoradapenha #penha#zonanorterj #rj #sabado #feriadoo”</p>	<p>“Muçulmanos participam de orações noturnas chamadas “Tarawih” na Noite do Decreto, na mesquita Suleymaniye durante o mês sagrado do Ramadã em Istambul, Turquia. / Reuters #JornalOGlobo #Ramadan #نواضحمر”</p>

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA

<p>Traducción: “La puesta de sol, bellamente cubierta por la Iglesia de Nossa Senhora da Penha, muestra que la belleza del río va más allá de sus playas, ¿no es así? ¡Salve, Zona Norte! 🌅🇮🇧🇨🇦 ¿Quieres ver tu registro aquí en nuestro #Instagram? ¡Usa el hashtag #JornalOGlobo y sigue nuestras publicaciones! #instaview #instapic # sunset # nossa-ehoradapenha # penha # zonanorterj #rj #sabado #feriadoo”</p>	<p>Traducción “Los musulmanes participan en las oraciones nocturnas llamadas” Tarawih “en la Noche del Decreto, en la Mezquita de Suleymaniye durante el mes sagrado del Ramadán en Estambul, Turquía. / Reuters #JournalOGlobo #Ramadan # رمضان ”</p>
<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>	<p>Distribuido en Instagram por el diario <i>El Espectador</i>.</p>

Fuente: los autores.

Los encuadres finales de este análisis son fotografías vistas como características porque tienen un alto valor estético y no necesitan ser complementadas con el texto. Estas narrativas fotográficas se desarrollan dentro de la cultura digital, a medida que las narrativas transmedia se mueven de un medio a otro con recursos dinámicos de red. Por lo tanto, se definen como autónomos porque necesitan su contexto como un todo para una buena comprensión. Aquí, solo la imagen 16 no tiene secuencia histórica porque trata de una tarde que, en consecuencia, se convierte en noche. Son distribuibles en otras redes sociales del diario, pero no demuestran que sean explotables debido al escaso uso de recursos para el contenido.

DISCUSIÓN

Las redes sociales digitales, como Instagram, han sido una base para la visibilidad y el consumo de la fotografía en la época contemporánea. De esta forma, las narrativas fotográficas se orientan en el sentido de cómo el uso de la imagen es fundamental para servir de evidencia a periodistas y redacciones, ya que gana potencial y capacidad de interlocución con innumerables temas que traen discusiones entre lectores. Sallet (2015) sostiene que esta situación determina que la fotografía tenga cuatro esquinas, porque cuando se pasa el cursor o dedo sobre la imagen en la web, trae información sobre la ubicación que se capturó, quiénes son las personas en la foto, cómo se produjo y también, como videos y textos referentes al tema de la agenda.

El escenario multimedia de la fotografía, en cambio, está ligado al proceso de transformación de la imagen, ya sea en la web y en las redes sociales digitales. Paralelamente a este contexto, es necesario comprender cómo las prácticas de fotoperiodismo han cambiado en el entorno digital y se han vuelto importantes en los contextos de fotografías narrativas e independientes, que sufren de desdoblamiento en cada multiplataforma que se distribuye (Sallet, 2015).

La transmisión de la fotografía en la RSD gana espacio y se basa en un mosaico de la realidad, ya no como un espejo o una ventana. Richtin (2009) entiende que el proceso de la fotografía ha dado lugar a nuevas vías de exploración como el hipertexto, hacer que la fotografía sea hipertextual, poder ser explorada en una situación social o incluso crear una imagen de poema. Richtin (2009: 71) puede entender esta revolución basada en la fotografía que conocemos como un “[...] mosaico interactivo potencial que forma parte de un conjunto más amplio de dinámicas de medios conectados”. Además, estas transformaciones son aclaradas por el autor como una estrategia mediática que se integra en parte con una

multimedia creciente y sofisticada, que debe entenderse como una creación más habitual y exploratoria “no sólo llena de recursos técnicos y exploratorios”. (Richtin, 2009: 12).

En este contexto, las tecnologías de la información permiten que la fotografía se haga pública. Durante su historicidad, el uso y consumo aumentó considerablemente, también debido a la expansión de la producción de dispositivos móviles que se han vuelto cotidianos para muchas personas. Para comprender las preguntas esclarecedoras del contexto de la red social digital aquí estudiada, traemos fotografía móvil, ya que RSD Instagram solo permite publicaciones a través de dispositivo móvil.

La fotografía digital y los dispositivos de captura recientes han cambiado los paradigmas de la relación entre persona y fotografía, pues según Oliveira (2015: 26): “El dispositivo que hoy se encarga de la mayor producción de imágenes del mundo es el teléfono celular”. Con estas notas, queda claro que los dispositivos con redes sociales digitales se han expandido de manera imponente, predominando sobre la producción de fotografías en cámaras fotográficas.

CONCLUSIONES

Finalmente, entendemos que las narrativas transmedia ayudan en la expresión del periodismo en las redes sociales digitales, esto se refleja en la fotografía y sus géneros como base para la construcción de un periodismo con gran fuerza visual y transmedia. En conjunto con la fotografía, el lenguaje hipertextual permite al lector insertarse activamente en los principales lineamientos del mundo y difundirse en una plataforma que ayuda en la distribución de producciones realizadas tanto para medios impresos como digitales.

En cuanto a los temas de las composiciones periodísticas, inferimos que las producciones fotográficas o infográficas dentro de los periódicos, son mayoritariamente diversas. El diario *El Espectador* trae imágenes fotográficas, infografías, viñetas y viñetas en el período de análisis. Descubrimos que el diario aún establece características cercanas al fotoperiodismo, dando espacio a la fotografía que trae sus narrativas continuas a través de la red. Utilizar el potencial de las plataformas móviles que expresan el periodismo postindustrial.

Los géneros de periodismo en las producciones de redes sociales digitales reflejan la diversidad fotográfica en las producciones de redes sociales digitales. Y esto se identifica por la periodicidad de las publicaciones en los periódicos, que son continuas a lo largo del día. Se concluye que el género deportivo está incluido en el diario *El Espectador*. Y aun, fotográfica con géneros propios como, rasgos de interés humano y pictográficos, que no están presentes en las redes sociales del diario colombiano. Además, se comparten los otros géneros. Con opiniones sobre la fotografía en las redes sociales digitales, hay una extensión del fotoperiodismo a la fotografía en la web, ya sea que provenga del periodismo impreso o producido específicamente para las plataformas digitales de los periódicos.

Además de esta fusión del periodismo tradicional, observamos las características que dilucidan el periodismo transmedia construido para la red social, y damos fe de que dentro de las producciones en las redes sociales digitales existen características intrínsecas. Pero que, individualmente, cada producción tiene sus propios enfoques. Haciéndolos autónomos desde su publicación.

Esto se debió a la difusión de la producción en otros medios digitales, sitio web, Facebook, Twitter y YouTube. Estas narrativas son historias contadas en diversos medios que transforman al diario en una red, a partir de una gran colección fotográfica con géneros propios, como rasgos de interés humano y pictografías, que no están presentes en las redes sociales del diario colombiano. Es contenido difundido en otras redes sociales. Por tanto, a

partir de esta reflexión, finalmente dilucidamos que cada lenguaje, soporte y por supuesto, la web, sirven como generadores de periodismo, que configura el conjunto de estas narrativas que generan nuevas y profundas experiencias poco después de su publicación, expresando los géneros fotoperiodistas con su temas y características transmedia.

REFERENCIAS

- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. *Revista San Gregorio*, (41) pp.1-2
- Bauer, M. W. & Gaskell, G. (2017). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Editora Vozes Limitada. 8(2), pp. 243
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A. (2004). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55(1), pp. 573-590.
- Bianchi, A. C. M. (2017). Narrativas sobre cidade: imagem e poder. In. *Comunicação e territorialidade [recurso eletrônico]: poder e cultura, redes e mídias / Daniel Zanetti e Ruth Reis (orgs.). - Dados eletrônicos. (1.º ed)*. Vitória: Edufes. Disponível em: <https://goo.gl/AGV3mY>. Acesso: 25 nov. 2018.
- Canavilhas, J. (2009). Contenidos informativos para móviles: estudio de aplicaciones para iPhone. *Textual & visual media*, (2), pp. 61-80.
- Canavilhas, J. & de Santana, D. C. (2016). Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação. *Líbero*. ISSN impresso: 1517-3283/ISSN online: 2525-3166, (28), 53-66.
- Cunha, R. & Aragão, R. (2011). Clicar, arrastar, girar: o conceito de interatividade em revistas para iPad. Artigo publicado na SBPJor-Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo-Rio de Janeiro.
- Charmaz, K. (2009). *A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa*. Boonkman Editora. 18(1), pp. 283-284.
- Coutinho, I. (2006). *Leitura e análise da imagem. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação (330-344)*. São Paulo: Atlas.
- Ferreira, J. & Padilha, A. (2014). O Estadão no Instagram: do jornal impresso ao aplicativo móvel. *Comunicação & Mercado, Mato Grosso do Sul*, 3(8), pp. 4-15.
- Fiorini, B. J. (2019) *Jornalismo de inovação: midiatização da persona jornalista no Instagram Stories do @estadão*. Trabalho de conclusão de curso (monografia).
- Jenkins, H., Ford, S. & Green, J. (2015). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Aleph. Sao Palo, Brasil.
- McKenna, K. & Bargh, J. A. (2004). The internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 573-590.
- Moloney, K. T. (2011). *Porting transmedia storytelling to journalism* (Doctoral dissertation).
- Oliveira, P. R. D. (2015). *A fotografia na palma da mão: fotografia móvel nos processos de edição jornalística*. Sao Leopoldo, Brasil.
- Piza, M. V. (2012). *O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica*. Brasilia, Brasil.
- Rodrigues, R. C. (2011). Análise e tematização da imagem fotográfica: determinação, delimitação e direcionamento dos discursos da imagem fotográfica, *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação*, 8(2), pp. 268-269
- Ritchin, F. (2009). *After photography*. WW Norton & Company. Estados Unidos.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación (artículo de revisión). *El profesional de la información*, 28(1).
- Salaverría, R. & Avilés, J. A. G. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna-URL*, pp. 31-47.

**LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS
E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA**

- Sallet, B. (2015). *Blogs fotojornalísticos: outras narrativas possíveis na cultura digital*. Sao Leopoldo, Brasil
- Sousa, J. E. (2013). *Convergência Jornalística: o caso das reportagens Visão Portugal* (Doctoral dissertation, Dissertação de mestrado). Disponível em:< <http://www.bocc.ubi.pt/pag/m-jornalismo-2013-jorge-sousa.pdf>>. Acesso em: 20jan14).
- Silva JR, J. A. da. (2012) Da fotografia Expandida à Fotografia Desprendida: Como o Instagram Explica a Crise da Kodak e Vice-versa. *Trabalho apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Fortaleza. Disponível em: <https://goo.gl/wm3Nvz>. Acesso: 11 nov. 2018.