UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

RUTINAS Y ENFOQUES INFORMATIVOS SOBRE TEMAS VINCULADOS A LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA

ANÁLISIS DE ELEMENTOS MULTIMEDIA EN NARRATIVAS PERIODÍSTICAS

Elaborado por:

SEBASTIÁN MARÍN GUERRERO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación, con mención en Multimedia

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

RUTINAS Y ENFOQUES INFORMATIVOS SOBRE TEMAS VINCULADOS A LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA

ANÁLISIS DE ELEMENTOS MULTIMEDIA EN NARRATIVAS PERIODÍSTICAS

Elaborado por:

SEBASTIÁN MARÍN GUERRERO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación, con mención en Multimedia

DOCENTE INVESTIGADOR
Maria Auxiliadora Leon Molina
CO-INVESTIGADOR
Ruben Montoya

Guayaquil, Ecuador
Noviembre 2020

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada a:

A mis padres Santos y Miriam a los cuales estoy feliz de poder darles esta alegría hoy ya que ellos fueron quienes con su amor, esfuerzo y paciencia se han convertido en mi punto de referencia y que me han apoyado para poder completar este y tantos otros recorridos.

A mis hermano Andres por su eterna enseñanza y por estar conmigo en todo momento. A toda mi familia porque con su compañía y experiencia aportaron en mis metas e hicieron de mi una mejor persona.

Agradecimientos

Mi profundo agradecimiento a la Universidad Casa Grande, a todo el personal que forma parte de la Facultad de Comunicación, a mis profesores por confiar en mí y nutrir mis habilidades. Finalmente quiero agradecer también a Maria Auxiliadora Leon Molina y Rubén Montoya Vega, guías durante todo el proceso de investigación, cuyos conocimientos y aportes me han permitido desarrollar esta tesis.

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación - Semillero RUTINAS Y ENFOQUES INFORMATIVOS SOBRE TEMAS VINCULADOS A LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA, propuesto y dirigido por la Docente Investigadora María Auxiliadora León Molina, acompañada del Co-investigador Rubén Montoya docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es efectuar un estudio en redacciones digitales para conocer las rutinas y enfoques periodísticos que involucran la producción de los elementos multimedia relacionados con tópicos sobre la niñez y la adolescencia para entender si su perspectiva de trabajo incluye el enfoque de derechos que amerita el grupo etario. El enfoque del Proyecto es cualitativo. La investigación se realizó en Guayaquil, Ecuador, a través de métodos en línea. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron la observación no participante, las entrevistas semiestructuradas y la entrevista de triangulación.

Resumen

Esta investigación está dedicada a considerar las rutinas, enfoques, características del contenido noticioso en el contexto de la generación de tópicos sobre niñez y adolescencia del periodismo digital. La relevancia del tema de investigación se debe a que en la actualidad el crecimiento de los medios de comunicación y su evolución a una narrativa multimedia se encuentra en constante expansión. Destacar las características de estos contenidos digitales, es muy importantes tanto para los investigadores como para los propios periodistas, por lo que se han aplicado un conjunto de herramientas metodológicas para llegar a un análisis tanto de enfoque como la efectividad de la comunicación que considere las necesidades del grupo etario.

Palabras claves

Comunicación, medios, digital, multimedia, redes sociales.

Abstract

This research is dedicated to considering the routines, approaches, and characteristics of news content in the context of the generation of topics about childhood and adolescence in digital journalism. The relevance of the research topic is due to the fact that at present the growth of the media and its evolution to a multimedia narrative is constantly expanding. Highlighting the characteristics of these digital content is very important for both researchers and journalists themselves, which is why a set of methodological tools have been applied to arrive at an analysis of both the focus and the effectiveness of communication.

Keywords

Communication, media, digital, multimedia, social networks.

TABLA DE CONTENIDOS

1.Introducción 7

1.2 Problemática 9

1.3 Justificación 13

2. Revisión Conceptual 16

2.1 Framing 16

2.2 Newsmaking 18

3. Metodología de la investigación 23

3.1 Objetivos 23

3.2 Enfoque 24

3.3 Técnica de Investigación 24

3.4 Muestra 30

3.5 Lugar y Temporalidad 30

4. Consideraciones éticas 34

4.1 Consideración general 34

4.2 Consideración específicas 35

5. Observaciones 36

5.1 Entrevista 44

5.2 Triangulación 53

6. Discusión de resultados 55

7. Conclusiones 60

8. Recomendaciones 61

9. Anexos 62

10. Bibliografía 120

1. Introducción

Las imágenes en los últimos años y décadas han aumentado su importancia y omnipresencia en los medios y entornos cotidianos. Esto se debe a que en la actualidad la digitalización ha llevado a una enorme expansión del potencial técnico para la comunicación en la dimensión social y, por tanto, su presencia en los medios informativos también se vuelve trascendental tanto para los periodistas como para las audiencias. Actualmente, las narrativas periodísticas permiten combinar texto con elementos audiovisuales y llegar a más participantes, tanto de manera local como transnacional.

El crecimiento de los medios de comunicación y su evolución a una narrativa multimedia ha tenido un impacto considerable. Pero al aceptar ese impacto tenemos que reconocer las dificultades que los profesionales de los medios ecuatorianos probablemente encuentran al intentar separar lo viejo de lo nuevo y su respectiva adaptación. Sin embargo, eso no los imposibilita a converger con las nuevas tecnologías hasta adaptarla en sus prácticas cotidianas.

Rodríguez Terán, A. (2011) analiza cómo el teléfono móvil se ha convertido en una parte vital de los diversos medios tradicionales. En un estudio con enfoque mixto, descubrió que los sujetos de análisis en dos medios nacionales (El Comercio y HOY) "están incorporando las nuevas herramientas tecnológicas a su trabajo periodístico diario" (p. 168).

La portabilidad del teléfono permite personalizar la información, y sus formatos de presentación, lo que hace posible que los periodistas trabajen en áreas remotas donde falta infraestructura de comunicación. Por lo tanto, se libera al medio de la periodicidad ya que la información puede actualizarse en cualquier momento. (Rodríguez, 2011 p. 27). Esto ha ocasionado que los nativos digitales exijan más contenido al momento de consumir, por ejemplo, noticias de última hora. De acuerdo con el estudio, no quieren encontrar únicamente

titulares, sino también una corta explicación y elementos multimedia.

En el contexto de reconocer si en las nuevas dinámicas informativas confluyen adecuadamente elementos de fondo y forma periodísticos, este proyecto de investigación decidió empezar su segundo proceso para a largo plazo lograr consolidar la construcción de un observatorio. Por esa razón, es necesario efectuar un análisis que vaya más allá de los elementos numéricos sobre la cantidad de piezas comunicacionales que se publican sobre la niñez y la adolescencia y, en este punto, consideramos apropiado tanto el conocimiento del entorno que involucra la creación de las mencionadas piezas, pues atraviesan por un proceso que no toda audiencia conoce y, por lo tanto, necesita entender, así como el enfoque de la comunicación de la pieza en sí.

En el caso de este estudio particular, que se encuentra enmarcado dentro de una investigación más amplia sobre los relatos periodísticos que se publican sobre niños, niñas y adolescentes, se analizarán elementos multimedia y transmedia que acompañan a las piezas comunicacionales.

Uno de los primeros elementos que se explorarán debido a su notoriedad y presencia en redes sociales es la imagen. Existen algunos prometedores enfoques para establecer la ciencia de la imagen, como *Filosofía de la Imagen* (Garcia, 2011) o *Espejo, Huella y Mirada* (Waldenfels, 2011). Los estudios o artículos generales de la imagen, como los mencionados anteriormente, se ocupan de la comprensión básica de los fenómenos pictóricos y se enfocan principalmente en el tratamiento de las imágenes de los medios. En estos escritos se entiende que la investigación de la comunicación visual significa tratar las imágenes de los medios con diferentes perspectivas científicas, pero especialmente desde la perspectiva de la comunicación.

Adicionalmente, el estudio trabajará conceptualmente con la teoría del *framing* y esta precisa que el tratamiento de la información realizada por el periodista es particularmente

importante. En palabras de Oller Alonso (2014): "de un evento específico es posible generar un nuevo prototipo de información, resultando en una modificación de la selección de los criterios periodísticos, consolidando diferentes tratamientos informativos (proceso) y favoreciendo la aparición de nuevos temas y novedades." (p. 49).

Los estudios del framing están integrados a la par con los atributos del *newsmaking*, teoría que también será abordada en esta investigación sobre los contenidos para los NNA. El newsmaking hace la selección que determina acerca de qué se piensa, mientras que el framing establece el mecanismo de cómo se lo piensa (Weaver, 2007). Ambas perspectivas han mantenido un crecimiento continuo gracias a su compatibilidad con otras investigaciones.

1.2 Problemática

Las Tecnologías de la Información y Comunicación, en la actualidad, están presentes en la mayoría de aspectos de nuestra vida, desde su uso dentro de empresas privadas hasta el amplio uso e influencia de las administraciones públicas. En el 2000, el Dr. Pere Marquè (2000), indica en *La cultura de la sociedad de la información. Aportaciones de las TIC* que:

"las TIC son incuestionables y están ahí, forman parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían nuestras capacidades físicas y mentales. Y las posibilidades de desarrollo social […] No obstante, a pesar de estas magníficas credenciales que hacen de las TIC instrumentos altamente útiles para cualquier persona, y por supuesto imprescindibles para toda empresa, existen diversas circunstancias que dificultan su más amplia difusión entre todas las actividades y capas sociales. (párr. 9)

A partir de esto, se plantean las siguientes preguntas con relación a la comunicación de agendas informativas de los NNA en el Ecuador: ¿Cómo las redacciones digitales abordan y difunden estos contenidos? ¿Qué recomendaciones pueden ser generadas para estas áreas?

Como objeto de estudio se toman los siguientes medios locales y sus redes sociales: Expreso, GK y La Barra Espaciadora. Se analizarán sus dinámicas de difusión y si sus

narrativas aportan en el tratamiento informativo de la niñez y adolescencia.

Un aspecto necesario a considerar es que la gama de elementos visuales que puede emplear el periodismo digital a la hora de comunicar estas noticias es extremadamente extensa. Estos pueden, por ejemplo, agregar texto, entretener, servir como elementos decorativos o de diseño, transmitir información de manera independiente o presentar vívidamente cosas indescriptibles. Por esta razón es necesario realizar una lista de posibles funciones de comunicación que la pieza puede transmitir según se desee.

A continuación, se pasa a indicar las particularidades iniciales de cada uno de los medios y las redes sociales que usan informativamente. En cada medio se hará un análisis específico de un tema, pues las investigaciones que complementan a la presente los enfatizarán desde un punto de vista más periodístico.

En el caso de diario Expreso, uno de los canales de noticia más importantes en Ecuador, el tema de educación se ha cubierto ampliamente dentro de su portal, el cual tiene varias secciones dedicadas a formatos multimedia.

Sin embargo, las imágenes usadas en los artículos no contienen un juego de luces, abundancia de colores o una edición evidente. Por ende, el enfoque principal yace en el texto. Debido a esto, se ha decidido revisar el Twitter y Facebook de la empresa para analizar la calidad de la cobertura multimedia y debido a ser una comunicación basada en el texto, analizar cómo este contenido se presenta en cada red y si se evidencia alguna diferencia entre estos.

En La Barra Espaciadora se pudo evidenciar que hay un intento por generar contenido visual, no solo fotográfico, sino diseños complementarios. Sin embargo, el trabajo y calidad artística aún están en una etapa inicial. El contenido visual que se incluye en las notas digitales todavía ocupan un segundo plano, y están presentes como un complemento al texto, más no como un eje principal. Adicionalmente, se analizará si se está dando el suficiente

esfuerzo estético en Facebook e Instagram.

En GK ilustran el texto, tienen un enfoque que demuestra un trabajo artístico-periodístico por detrás. Por lo general, la cobertura de este medio apuesta a lo gráfico por eso se analizarán sus redes de Facebook e Instagram para saber cómo abordan el tema de transmedia, o sea, cómo a partir de una historia se generan diversas piezas de comunicación y cuál es su nivel de comunicación visual.

Solo a través de estos elementos iniciales, es notorio que los medios de comunicación son de vital importancia en la construcción de la opinión pública, pero también para visibilizar las realidades del entramado social (Romero, De Casas Moreno, & Torres, 2016). Si dentro de esta realidad, los niños, niñas y adolescentes se encuentran poco atendidos, representados o estereotipados, se estaría cayendo en un sesgo adultocentrista, "este saber adulto que determina y se reproduce en una amplia serie de prácticas sociales, desde la familia a la política, pasando por la escuela y los sistemas de salud" (Vásquez, 2013, p. 7).

Esto incluye hasta los medios de comunicación, donde la programación y el lenguaje está dirigido siempre para el público adulto. Vásquez menciona que la adolescencia y la niñez son momentos cruciales para establecer representaciones; en este periodo es importante contar con educación y referentes que contribuyan a su formación ética. No solo por considerarlos "ciudadanos en formación", sino también porque se deben reconocer las diferencias y experiencias únicas que atraviesan los jóvenes, tomando en cuenta sus intereses y visión del mundo.

Mingote y Requema (2008) afirman que los cambios de paradigmas han logrado un "giro social de las políticas de juventud"; a nivel jurídico y social se ha actualizado la discusión acerca de los derechos, protección de los más jóvenes y su integración en la sociedad. A esto se suma que los niños y adolescentes son nativos digitales, es decir, "nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad

consumada. (…) Con las TIC satisfacen sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información y, tal vez, también de formación" (García, Portillo, Romo, & Benito, 2007, p. 3)

La población joven con acceso a internet, actualmente, cuenta con una voz y libertad que las anteriores generaciones no tuvieron. Por esta razón es importante que los medios replanteen el tratamiento de su información y tomen en cuenta sus necesidades y demandas.

Sin embargo, la relación de los medios de comunicación con los NNA, es más compleja de lo que aparenta. Al tratarse de un grupo vulnerable, los medios necesitan más precauciones para tratar la información. En ocasiones, estos contenidos no empatan con los intereses o agendas de los medios, por lo que se los invisibiliza. Así menciona Morales (2012), quien en su estudio: *Lógicas informativas sobre los niños y jóvenes actores armados del conflicto: Una mediación cuestionada*, denuncia a los medios de comunicación colombianos de actuar de manera irresponsable al no informar sobre los casos de reclutamiento y abuso sexual a niñas, niños y jóvenes en grupos subversivos. Morales (2012) considera que ocultar esta realidad, es una injusticia para las víctimas y sus familias, quienes quedan en el olvido por la censura de los medios y la clase política.

> Entonces, la presencia de niños en las filas de la guerrilla, o de los paramilitares, no se enfoca como un cuestionamiento de la 'urdimbre' ideológica del Estado, sino como un hecho inmoral; casi como una 'enfermedad' que es preferible ocultar". (p. 44)

Si bien en el caso de Morales se trata de una situación que envuelve un conflicto bélico, eso no significa que en Ecuador no se deba tomar en cuenta la perspectiva del autor debido a que la misma situación se podría presentar en casos donde el grupo etario es afectado por actos criminales.

Por otra parte, Milla (2019) se plantea la revictimización que hacen ciertos medios de Perú a los NNA al exponer información íntima, como nombres completos o fotos en sus

reportajes. Milla menciona que, en las encuestas realizadas a estudiantes de secundaria, la mayoría normalizaba este tipo de noticias donde se expone información sensible. Esto se debe a que los adolescentes desconocen sus derechos y se han habituado a este tipo de periodismo. En ambos casos (Morales y Milla), existe una queja e insatisfacción sobre cómo los medios encuadran las noticias que tienen que ver con los NNA. Tanto omitir como sobreexponer termina vulnerando sus derechos.

Incluso dentro de los canales donde se intenta cumplir con educar con igualdad de derechos a niños, niñas y adolescentes, como es el caso de Ecuador TV, siguen existiendo falencias. Así concuerda Jiménez (2019), quien critica a las industrias hegemónicas y sus intentos por mejorar su imagen mediante la responsabilidad social. De cierta forma, asegura, quien financia los medios siempre tiene el control de los temas y los comportamientos que esperan reafirmar en sus espectadores. Por lo que, en vez de invertir en contenidos de calidad, se opta por lo más rentable. Él analiza la programación dirigida a los NNA, del canal público Ecuador TV, quien define en sus ejes como "entretenimiento, formación y educación". Jiménez menciona que Ecuador TV, en términos discursivos, cumple con su cometido, en relación a los derechos de niños, niñas y adolescentes. Aunque parcialmente, debido a que el 14% de su programación infantil y juvenil, sigue perpetuando ciertos estereotipos de género y clases sociales.

1.3 Justificación

Las nuevas narrativas son relevantes para las audiencias actuales y eso incluye al grupo etario de nuestro estudio: los niños, niñas y adolescentes; ya que se encuentran en una etapa formativa y por ello interactúan con las nuevas tecnologías, pero también necesitan verse representados en los productos que en ellas circulan.

Según el estudio, *Modelos informativos juveniles en la era de las narrativas y tecnologías* (Mejía, 2016), la producción audiovisual para niños en los medios de

comunicación es reducido en comparación con los programas para adultos, incluso tomando en cuenta que el horario de la franja familiar es bastante extenso en España. Mejía (2016) resalta la importancia de crear contenidos informativos y educativos, porque al solo existir programas de entretenimiento, se estaría condicionando a los niños y niñas a solo consumir este tipo de productos, haciendo más difícil su interés e involucración con su entorno.

El autor considera que la desinformación no es por falta de interés, sino porque se utiliza un lenguaje inapropiado que dificulta la comprensión.

En el modelo que propone para programas infantiles, Mejía (2016) reconoce que influye mucho si un medio es privado o público, porque de cierta forma el organismo público tiene el deber de cumplir con la sociedad. En cambio, los medios privados se ven constantemente eclipsados por la publicidad. Recomienda además que, la agenda informativa debe siempre tener su versión online, porque permite mayor alcance e interacción. Sobre la periodicidad, menciona que es preferible que sea diario, pues potencia la fidelización al programa, con una duración entre 10 a 15 minutos.

Sobre la estructura del programa, Mejía ((2016) afirma que se pueden seguir los formatos tradicionales, pero el lenguaje y el contenido debe ser adaptado para los NNA. Los temas deben ser de actualidad, variados y deben dar espacio a las necesidades e intereses de los niños y adolescentes. También resalta el uso de elementos gráficos, música, animaciones, mapas interactivos, actividades que involucren a los NNA como creadores de contenido. A esto, añade factores imprescindibles como la puesta en escena y la interacción en redes sociales, incluso la posible alianza con centros educativos; los cuales podrían jugar un papel importante para el *engagement* de esta audiencia. Finalmente, pide que también se incluya a alguien quien traduzca al lenguaje de señas, pues en todos los medios, ninguno tomaba en cuenta al público sordomudo.

El estudio realizado por Cabral (2015): *Agendas de lo juvenil en las radios*

comunitarias. El desafío de la participación en la agenda informativa, en Viedma, Argentina, se analiza la participación juvenil, dentro del marco de instituciones escolares y estatales que acceden a las radios comunitarias. Esto con el fin de reconocer sus autorepresentaciones y la exposición de sus problemáticas. Su fin fue conocer cómo funcionan las agendas en estos espacios comunitarios que no se ven mediados por los intereses de las grandes cadenas, hasta qué punto, aprovecha o no, como espacio político este medio de comunicación; a partir de los conceptos de la Agenda Setting y el Framing o teoría del encuadre. Entre sus hallazgos, Cabral (2015) pudo constatar que la red y radios con más antigüedad, habían establecido articulaciones políticas con organizaciones comunitarias que trabajan por los derechos de la Niñez y la Adolescencia.

Estos ejemplos demuestran que un enfoque informativo adecuado ofrece resultados positivos entre los NNA. Por este motivo, la investigación pretende conocer cómo los medios digitales utilizan los recursos multimedia en contenidos relacionados con la niñez y la adolescencia y, aunque no existen normas infalibles que garanticen que los recursos sean funcionales a la historia, se pueden encontrar distintos indicios acerca de la funcionalidad de lo audiovisual y multimedia según la historia/noticia que relatan.

Lo más importante es que la pieza debe ser un aporte y un adecuado complemento que conecte con las audiencias. Por ello, es necesario indagar en cómo la comunicación visual usada por el periodismo digital en el Ecuador aporta o no en la concientización sobre los derechos de los NNA.

Para conocer los usos y criterios que se toman en cuenta para incorporar elementos narrativos en las piezas comunicacionales, es importante realizar un análisis crítico de la funcionalidad de lo audiovisual y lo multimedia en los tópicos que se relacionan con la niñez y la adolescencia.

Una de las formas en las que se estudian los elementos de interactividad, elementos

multimedia, entre otros, es mediante el análisis de los portales online de los medios y de sus redes sociales; pues en ellas distribuyen y expanden sus contenidos. Por esta razón, el presente estudio buscará indagar inicialmente a través del registro y observación no participante, sobre los contenidos relacionados con los NNA. Posteriormente, se procederá a efectuar entrevistas semiestructuradas con quienes ejecutan y/o toman decisiones sobre estos aspectos para conocer en profundidad qué elementos consideran relevantes al tratar informativamente al grupo etario.

Por lo tanto, el motivo de la investigación es identificar los principales elementos multimedia y transmedia que utilizan los medios Expreso, GK y La Barra Espaciadora para difundir su información y cómo estas narrativas aportan en el tratamiento informativo de la niñez y adolescencia. Esto permitirá tener un mejor panorama y conocimiento sobre la elaboración de sus piezas de comunicación y qué relevancia les otorgan a las historias que involucran a nuestro grupo de estudio.

2. Revisión Conceptual

2.1 Framing

El *Framing* es un concepto que puede ser aplicado a las nuevas narrativas digitales. Entman (1993) lo define como "una manera de describir el poder de un texto en la comunicación. El framing ilumina la forma en que la transferencia o comunicación de información, influencia sobre la conciencia humana" (p. 51).

Al analizar el Framing se debe tomar en cuenta las definiciones de una situación por parte de sus autores, y también se debe evaluar con qué tanta frecuencia el contenido de esta narrativa presenta los encuadres identificados previamente. Para lograr la decodificación del mensaje y sacar conclusiones respecto a lo que el autor quiere transmitir, se debe encontrar qué marcos sociales y esquemas mentales se aplicaron al momento de la elaboración del

contenido para que, finalmente, esto nos conduzca a una comprensión más cercana a las dinámicas sociales.

2.1.1 Origen y definición del Framing

Desde inicios del siglo XX, diversos investigadores de diferentes disciplinas contribuyeron a la conceptualización de lo hoy se conoce como Framing, siendo la psicología y la sociología a quienes se les atribuye las primeras investigaciones. El concepto fue propuesto por Gregory Bateson en 1955, con la finalidad de usarse como herramienta para analizar la recepción del contenido que se desarrolla en un proceso comunicativo y explicar por qué las personas ignoran determinados aspectos de la realidad y centran su atención en otros (Bateson, 1972). Sin embargo, el término recién se acuña en el libro *Steps to an ecology of mind: collected essays in anthropology, psychiatry, evolution and epistemology* en 1972.

En el caso del presente estudio es necesario reconocer que los medios locales influyen en cómo vemos y entendemos los derechos de los NNA según los encuadres que utilicen las piezas comunicacionales producidas, esto puede ayudar a evidenciar enfoques favorables o descontextualizaciones de problemáticas sociales. Según un informe producido por UNICEF (2015) este afirma que:

> [...] se evidencia que los medios de comunicación dedican espacios a temas importantes para el desarrollo de la niñez y la adolescencia. Sin embargo, todavía queda espacio para el desarrollo y reforzamiento de otras temáticas clave que guarden un enfoque de derecho en su redacción, y que, a su vez, permitan una mayor participación y voz de la niñez y la adolescencia (p.10).

Por eso es importante que una agenda informativa cumpla con una perspectiva de derechos y que no posea una narrativa sesgada. En ese sentido, es necesario recordar que una de las capacidades del soporte multimedia dentro del lenguaje periodístico, gracias a la transmisión de contenido vía internet, es el de la personificación de contenidos y la

posibilidad de crear diferentes piezas que aparezcan en diferentes medios digitales.

La coherencia transmedia dentro de estos contenidos informativos es fundamental como objeto de investigación. Por lo tanto, el análisis de las piezas de comunicación debe efectuarse tomando en cuenta las piezas que se integren con respecto a una misma noticia dentro de las publicaciones de medios locales ecuatorianos acerca de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

La investigación del Framing se ubica entre el análisis del discurso y el análisis de contenido, generalmente combinando métodos cualitativos y cuantitativos (Orozco, 2017). Este análisis presenta un diseño metodológico de doble naturaleza: una inductiva y otra deductiva.

En nuestro caso, el análisis del Framing se aplicará de forma cualitativa y conducirá a una mayor comprensión del impacto verdadero de las agendas informativas con relación a los NNA. Por lo tanto, se considera pertinente para esta investigación un estudio de los enfoques periodísticos para comprender mejor estas dinámicas sociales.

2.2 Newsmaking

2.2.1 Origen y definición del Newsmaking

La idea del Newsmaking se remonta a la década de 1970, dentro del estudio de los efectos de las mediaciones periodísticas en la formación de la opinión pública, la misma corriente que da a luz la teoría de la aguja hipodérmica. Estas investigaciones se centran en torno a las rutinas de producción y circulación de noticias y sostienen que una pieza informativa de un medio, aunque es producida en su mayoría por periodistas, acarrea intrínsecamente un rol de fiscalización de información. Tal y como señalan Betettini y Fumagalli: “El rol del periodista es el de mediador; o sea, de quien elige, selecciona, pone en evidencia y en primer plano las dimensiones relevantes de los hechos y los organiza en función de un punto de vista que ofrece al lector como instrumento para una mejor

comprensión de la realidad" (2001, p. 41).

Ana Rocío Argudo (2011) en su tesis *Matiz del Tratamiento de noticias que abordan temas relacionados con niñez en "El Noticiero" de TC Televisión* analiza las agendas informativas de este medio local ecuatoriano, argumentando que existe un control de la información que transmiten los medios de comunicación. Además, se analiza el "efecto directo sobre los espectadores a través del orden de los temas y de la jerarquía de importancia y prioridad que éstos ocupan en esa edición" (p. 48). En su análisis sobre la información que aborda temas de NNA en el noticiero, Argudo (2011) resalta que la imagen de los niños y niñas solo aparecen en noticias como víctimas en situación de violencia, abuso y pobreza extrema. La edición de las noticias es sensacionalista y retratan a los niños solo en situaciones de vulnerabilidad; y en las únicas ocasiones donde se los muestra en escenarios más favorables "es bajo la consideración del niño como un objeto de beneficencia por parte de los adultos o de las instituciones públicas" (p. 81).

Los dos factores teóricos que se busca abordar en esta investigación están interligados, tanto el Framing como el newsmaking y pueden ser importantes en el proceso de producción de piezas informativas. Por lo tanto, se considera viable estudiarlo en la investigación que actualmente proponemos.

2.3 Narrativas multimedia

Los hábitos de consumo de medios han experimentado un profundo proceso de cambio en un corto período de tiempo. La comunicación se ha transformado de un medio de texto puro a una narrativa multimedia para intentar satisfacer mejor las necesidades de información y entretenimiento. La empresa PR Newswire (2016) indicó: herramientas como las redes sociales y el correo electrónico han creado métodos alternativos para lanzar medios además de las llamadas a la acción tradicionales.

Dicha afirmación se asocia con otra área de la Comunicación en la que el periodismo ha

debido incursionar debido a las nuevas formas de consumo: el Marketing. Esta es una carrera sin una línea de meta, por lo tanto, los medios tienen que innovar constantemente para seguir siendo relevantes para los usuarios, tanto los nacidos en la era digital como los de generaciones anteriores.

Los patrones de uso específico de los medios, con relación a los distintos grupos poblacionales, crean un escenario cambiante que presume nuevas reglas de juego, estas incluyen la diferenciación y reorganización del periodismo con un enfoque de emprendimiento y publicidad. En el 2017, en un artículo publicado en INNOVA Research Journal, se habló del éxito del marketing para permitir la difusión de un mensaje, a partir de un pequeño núcleo emisor, que se multiplica por la colaboración de los receptores en la elaboración y difusión del mismo (Espinoza, M., Cevallos, N., & Tusev, A., 2017, p. 124)

Pero más allá de este elemento existen también nuevos modos de transmitir información que se pasarán a indicar a continuación.

2.3.1 Píldoras informativas

Uno de los procesos de cambio por el cual está pasando la industria de contenidos y de los medios se relaciona mayormente con el tiempo, la inmediatez ha mutado como significante de un buen servicio, esto ha llevado que el contenido migre a pequeñas cápsulas o píldoras de información. Roberto Igarza desarrolla en profundidad el concepto de píldoras informativas en su libro *Burbujas de Ocio, nuevas formas de consumo cultural* y ofrece una visión más amplia del porqué la inmediatez es una característica de la nueva tendencia de consumo: “La duración de los contenidos disminuye [...] brevedades que pueden disfrutarse en los microespacios que dejan las actividades laborales o en los fragmentos de dedicación ociosas que el usuario se adjudica durante los desplazamientos o en su tiempo libre en el hogar”. (2009, p. 43)

Dentro del ámbito periodístico, la brevedad era interpretada como una contra a la hora

de producción y consumo de información ya que esto le quitaba profundidad a la entrada. Sin embargo, en la actualidad los medios la usan como herramienta para seguir en la conversación y no perder relevancia, creando esto una apertura a un análisis conceptual de términos tales como *profundidad* y *superficialidad.* En un intento de explicarlo, Pablo Mancini postula que se debe combatir el miedo a la brevedad de parte de los medios y expone: "El negocio del periodismo siempre estuvo basado en la agregación, en la comprensión y en la síntesis de información. Las agencias de noticias fueron creadas y contratadas por los medios con ese fin: agregación y síntesis". (Mancini, 2011, pág: 33)

2.3.2 Narrativas Transmedia.

En los últimos años, las innovaciones técnicas han ido en aumento. La mediatización de nuestra vida cotidiana y los intereses económicos de los conglomerados de medios globales crean un panorama mediático altamente interconectado, dando apertura a que una historia de un medio a menudo se extienda a través de varias plataformas. En un artículo publicado en el 2006 en Nieman Reports, Randy Covington sostenía que "Las organizaciones de noticias se beneficiarán mejor si se enfocan en historias, no en plataformas de entrega. No centrarse en la producción que alguna vez tuvo sentido, sino en el entorno de medios entrelazados de hoy, en el que los consumidores realizan un seguimiento historias a lo largo del día de mucho de fuentes, las organizaciones de noticias necesitan para conocer a estos consumidores en lugares y formatos que sean significativos y relevante para ellos." (p. 54)

Uno de los efectos de esta convergencia técnica, económica y cultural de los medios parece ser la expansión constante de los contenidos transmedia, que en general, pero no necesariamente se fijan en la ficción, sino también, en el periodismo tal y como afirma Carlos Alberto Scolari en su libro publicado en el 2013.

> "Si bien el periodismo siempre ha sido en cierta forma transmedia, nunca había sido tan evidente la necesidad de presentar narrativas informativas que se desplieguen a través de todos los medios y plataformas. Por otro lado, los periodistas poco a poco van comprendiendo que ya no están solos: otros sujetos —semiprofesionales de la información o incluso amateurs que nunca han pisado una redacción — se han sumado a la red y también participan en los flujos informativos que cruzan el ciberespacio. El periodismo transmedia, en este contexto, es un work in progress con un enorme potencial por delante." (p. 189)

La transferencia constante de información crea oportunidades increíbles, pero esto también genera situaciones que necesitan de adaptación. Debido a la cantidad y la complejidad de esta avalancha de conocimiento la comunicación entre nosotros es cada vez más rápida y más corta. Especialmente en las redes sociales, blogs o en YouTube el diálogo entre los usuarios se ha convertido en un intercambio rápido y superficial, nos limitamos a unas pocas líneas de texto y dejamos que las imágenes hablen por nosotros, eso crea una lucha por atención para proporcionar la mejor historia para lograr un lugar en el spotlight. Tal y como explica Anrubia: "El animal que cuenta historias, es el viviente que encuentra y da sentido al mundo y a sí mismo mediante la palabra", (2002, p. 8)

En los últimos años, debido a la revolución digital y el uso cada vez mayor de las redes sociales la forma en la que se desarrollaron las narrativas audiovisuales ha cambiado drásticamente. Los medios dejaron de contar sus historias linealmente para ser contadas de manera transmedia donde cada nuevo elemento contribuye a la totalidad de la información. “Cada medio hace lo que se le da mejor -una historia puede ser introducida a través de una película, expandida a través de televisión, novelas, cómics y su mundo puede ser explorado y experimentado a través de un videojuego. Cada producto de la franquicia debe ser suficiente auto contenido para posibilitar su consumo autónomo. (…) Cualquier productor dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo. (Jenkins, 2008, p. 101).

Este fenómeno, por supuesto, representa un nuevo obstáculo para el marketing y los expertos en comunicación, el público objetivo ya no es atraído exclusivamente con hechos y datos, aun cuando el profesional de la comunicación reconozca que son muy importantes. La narración crossmedia o transmedia busca un mayor alcance al hacer que los usuarios asuman un rol activo al interactuar con los diferentes elementos y que ellos construyan el significado de la pieza informativa.

3. Metodología de la investigación

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo general

Conocer las rutinas y enfoques periodísticos que involucran la producción de los hechos noticiosos en el ámbito digital y que están relacionados con la niñez y la adolescencia, para entender si su perspectiva de trabajo incluye el enfoque de derechos que amerita el grupo etario.

3.1.2 Objetivos específicos

1. Conceptualizar lo que involucran las teorías del Newsmaking y del Frame en el ejercicio

periodístico.

2. Identificar, a través de un proceso de observación no participante, las rutinas y enfoques periodísticos que se brindan en las redacciones o medios digitales a los temas vinculados con los NNA.

3. Contrastar las observaciones e informaciones capturadas con un análisis crítico de las entrevistas efectuadas a periodistas y editores que trabajan en los tópicos investigados.

3.2 Enfoque

Se elige un enfoque cualitativo para esta investigación debido a que no existen estudios previos que analicen a fondo los medios elegidos para el presente estudio.

El análisis que aquí se presente no busca cuantificar información, si no poner en mesa de discusión la cobertura y contenidos para los NNNA de los medios digitales locales ecuatorianos. El modelo cualitativo de la investigación, permite abordar los problemas desde su contexto sociocultural (Kozinets, 2010); lo cual es compatible con los estudios del framing y newsmaking antes mencionados. Para analizar los contenidos es necesario comprender los medios como estructuras complejas, que tratan la información según sus intereses, ideología y el contexto; todas estas características cualitativas.

3.3 Tecnicas de Investigacion

A medida que la tecnología se desarrolla, la comunicación también se transforma, por lo que el internet se ha convertido en un lugar para la sociabilización de grupos sociales. Esto también incluye los tipos de investigación, por lo que se ha comenzado a explorar en la técnica conocida como *Etnografía digital*. Este tipo de etnografía entiende lo digital como su campo de estudio, pero también como instrumento (Gómez, 2017). Sin embargo, lo digital no es estrictamente *online,* también consideran las acciones *offline.*

Gómez & Ardevol (2013), afirman que las TIC y el internet, además de influir en el espacio virtual, han modificado las prácticas cotidianas. Además, mencionan que existen dos

tipos de comunidades dentro de la red, los que se reúnen y reconocen a partir de un mismo interés dentro de la virtualidad y los que se conocen fuera de la virtualidad y crean una versión de esta red en línea.

En el caso de los medios digitales, estos pertenecerían al segundo grupo y los usuarios en redes serían parte del primer grupo; ambos interactúan y complejizan este proceso. La mediación tecnológica es parte de la configuración de la vida social, por lo tanto, la etnografía digital, es un tipo de investigación válida dentro de las dinámicas que se viven actualmente.

Si bien es cierto, no toda la población ecuatoriana tiene acceso a internet, los contenidos y producciones que se realizan en línea por los medios locales, cada vez influyen más en la percepción de la realidad nacional, debido a la rapidez y viralización de la información en internet.

3.3.1 Observación no participante

Para que la etnografía virtual sea posible, es necesario aplicar una técnica más específica y tangible que permita capturar elementos primordiales de nuestro objeto de estudio. Es ahí cuando se presenta la observación no participativa, que permite establecer un mapeo de la problemática (Quintana & Montgomery, 2006), lo cual resulta beneficioso dentro de este estudio. Así este mapeo permite realizar un diagnóstico acerca de cómo distintos medios están tomando la responsabilidad de incluir contenido informativo y educativo para las generaciones más jóvenes del país y que se complementen apropiadamente con formatos multimedia.

Este tipo de observación ha sido realizado desde las primeras investigaciones sobre los medios de comunicación. Ese es el caso de Tuchman (1983), quien fue el pionero en observar redacciones y trabajos periodísticos de distintos medios; evaluaba el compromiso ético y el profesionalismo de los reportajes. Tuchman fue el primero en afirmar que el profesionalismo siempre se veía afectado por los intereses del medio, más que por la ética

del periodista. Esta conclusión fue de gran importancia porque dio paso a un sin número de investigaciones acerca de cómo los medios adaptaban y modificaban las noticias acordes a sus intereses económicos y políticos, lo que también se puede corroborar en conceptos como el framing y newsmaking.

Quintana & Montgomery (2006) mencionan que para utilizar la técnica de la observación es necesario tomar en cuenta las siguientes acciones:

> a) Caracterizar las condiciones del entorno físico y social, b) describir las interacciones entre los actores, c) identificar las estrategias y tácticas de interacción social, d) identificar las consecuencias de los diversos comportamientos sociales observados. (p. 67)

Para efectuar la observación de manera crítica y sistemática se ha planteado la siguiente tabla guía que nos permitirá registrar, revisar e interpretar inicialmente elementos claves de cada una de las piezas y medios que forman parte del análisis:

Categoría	**Subcategoría**	**Evidencia**	**Interpretaciones**
Titular	**Enunciado y su sumilla**	Titular Y la sumilla.	Se reflexiona si el titular se mantiene o no a lo largo de la nota.
Enfoque	**Tipo de tema**	Se selecciona la tipología: 1. Educación. 2. LGBTI. 3. Violencia sexual.	Se reflexiona sobre el tipo de tema de la nota.
	Palabras Clave	Cita que evidencie el enfoque (párrafo o frase).	Se reflexiona sobre el enfoque propuesto en la nota, su intencionalidad y repercusión sobre la imagen

			de los NNA.
Rutina Narrativa	**Canal**	Identificación del medio que se usa (sitio web o red social).	Se reflexiona sobre el origen de la pieza.
	Temporalidad	Mencionar el rango de tiempo de piezas con la misma temática. *Se indica la fecha de publicación.*	Se reflexiona sobre periodos establecidos para la revisión de las piezas
	Dinámica de Difusión	Breve descripción del tipo de comunicación (foto, texto, audio, video, etc) y que función cumple. (que se busca transmitir)	Se reflexiona sobre el tipo de comunicación que se usa en la pieza.
	Tratamiento del Contenido	Descripción básica de los fenómenos pictóricos.	Se reflexiona desde una perspectiva de comunicación el tratamiento que le da a la pieza.
Narrativa	**Interacción**	Likes, compartidas, comentarios.	Se reflexiona sobre la eficacia de la comunicación.
	Carácter:	Participativo, observador, difusión.	Se reflexiona sobre el rol del usuario dentro de la historia.
	Multiplataforma	Cantidad de piezas que se complementan entre sí.	Se reflexiona sobre la continuidad de las piezas en diferentes redes cubiertos,
	Intertextualidad	Enfasis en la centralidad	Se reflexiona si los

		vs Independendcia	diferentes elementos que componen el universo transmedia tienen o no una relación con la macrohistoria.

Costera-Meijer (Valuable Journalism: A Search for Quality from the Vantage Point of the User, 2012) al observar medios digitales, proponen una evaluación del contenido periodístico a través de la apreciación del usuario y las categoriza en tres componentes: el interactivo (participación), el semántico que se refiere a la representación y el componente estético. Esta valoración se acerca más al análisis que se realizarán a los medios locales, en función del contenido para los NNA.

3.3.2 La entrevista semiestructurada

Para corroborar la información de la observación no participante, es necesario realizar entrevistas, las cuales se realizarán a representantes y redactores de los medios locales antes mencionados. En este caso, al tratarse de una entrevista informal, se toma el modelo de cuestionario semiestructurado debido a su carácter conversacional, da apertura al entrevistado para que se exprese sin formalismos, con el fin de facilitar la comunicación entre ambas partes (Ozonas & Pérez, 2004).

Una de las ventajas de realizar una entrevista semiestructurada es poder adaptarse y motivar al interlocutor, “aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013). Por lo que se convierte en un formato ideal para que los entrevistados puedan expresar sus puntos de vista de forma abierta en comparación a otras estructuras más rígidas. Sin embargo, Folgueiras (2016) menciona que es importante desarrollar un guion de preguntas para obtener la información necesaria; depende mucho del entrevistador, su actitud y el lenguaje que utilice para que la entrevista sea fluida y la información tenga más matices. Sin olvidar lo importante de la escucha, que permite ser

sensible a la información que va entregando el interlocutor y permite introducir nuevas preguntas o darle un giro a la entrevista.

Este tipo de entrevistas muestran un rasgo diferenciador, tratan de entender más que explicar (Vargas, 2012). Por lo que se recomienda realizar preguntas abiertas que reflejen ideas principales claras, que permitan desarrollar el tema. Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, (2013) mencionan que las preguntas en una entrevista pueden ser descriptivas, estructurales (cómo organiza el entrevistado su conocimiento sobre el tema), de contraste (significados para diferencias los objetos y situaciones). Además, sugieren que las preguntas deben ser sencillas, válidas, adecuadas al entrevistado, adaptadas al lenguaje oral y que aborden un tema por pregunta.

Miguel Martínez (1998) recomienda tomar en cuenta lo siguiente al momento de crear un cuestionario semiestructurado: preparar una guía de entrevista, con temas, preguntas y categorías, de preferencia debe ser realizada en un lugar cómodo para el entrevistado. Lo siguiente es explicar de qué va la investigación y pedir la autorización para grabar. Se recomienda no interrumpir, escuchar atentamente y sin presión pedirle que profundice en información imprescindible para el estudio. Lo más importante es crear un ambiente de confianza para poder desarrollar una entrevista fluida.

3.3.3 La triangulación de datos

Su nombre se refiere a la medición de distancias horizontales para elaborar mapas, en donde se toman tres puntos de referencia formando un triángulo, para orientarse y localizarse en el espacio (Patton, 2002). En la investigación social, la triangulación es un procedimiento de análisis que utiliza la intersección de métodos, sean éstos cualitativos o cuantitativos, para filtrar y converger la información. El investigador aborda la realidad con diferentes fórmulas lo que le permite reducir su subjetividad al momento de levantar conclusiones (Vallejo & Finol,

2009); así mismo, este método permite encontrar tendencias dentro de las observaciones (Leal, 2005).

La triangulación busca una interpretación global de los fenómenos, pero no necesariamente se refiere a utilizar tres métodos combinados (Okuda & Gómez, 2005). Su objetivo es usar varias estrategias, en este caso la observación no participante, la entrevista, la etnografía digital; para lograr tener un contexto más amplio de las noticas para los NNA, desde el producto final y su interacción con el público, hasta la visión de sus creadores. De esta forma se cuentan con mayores ángulos para elaborar un juico más acertado y complejizar los planteamientos.

3.4 Muestra

Se estudiarán los siguientes medios y sus respectivas redes sociales que se convierten en sus unidades de análisis:

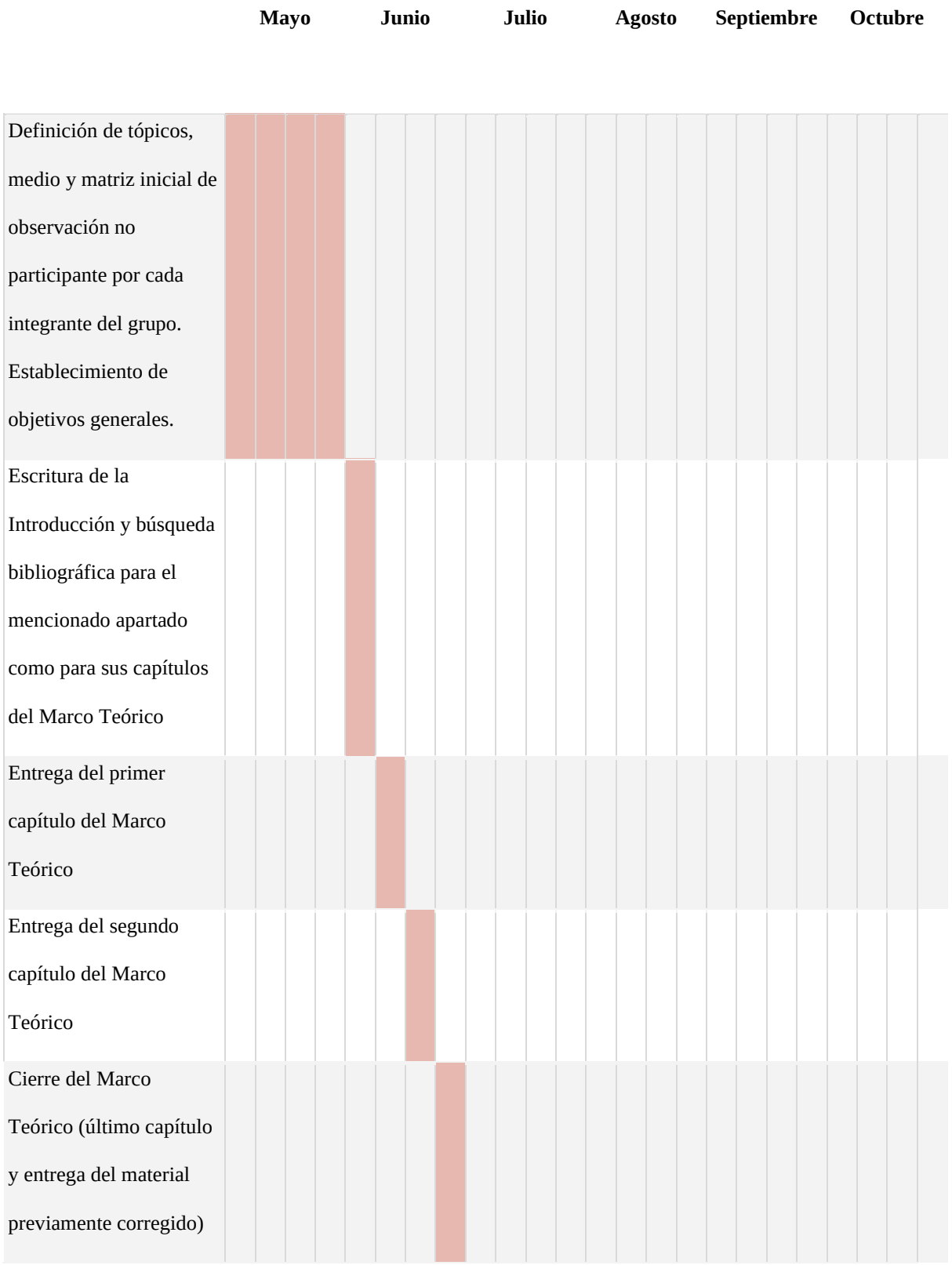
- Expreso: es uno de los diarios con más trayectoria, hace énfasis en su información educacional, sus secciones en formatos multimedia y sus *posts* en Twitter y Facebook.
- GK: es un medio digital periodístico que busca explicar y dar contexto a las noticias, por lo que su estilo se encuentra más cerca del "ensayo, reportajes, perfiles, y crónicas de largo aliento" (GK, 2020). Cómo mencionan en su descripción, su trabajo aborda el periodismo con lo artístico, sus reportajes suelen ser bastante gráficos por lo que se analizan sus redes de Facebook e Instagram, con el fin de estudiar sus productos transmedia.
- La Barra Espaciadora: una revista digital de periodismo narrativo fundada en el 2013, además de funcionar como escuela de formación; "es una iniciativa de carácter colaborativo e independiente" (LBE, 2020). Se analiza su contenido visual, fotográfico y diseño, dentro de su sitio web y redes sociales como Facebook e Instagram.

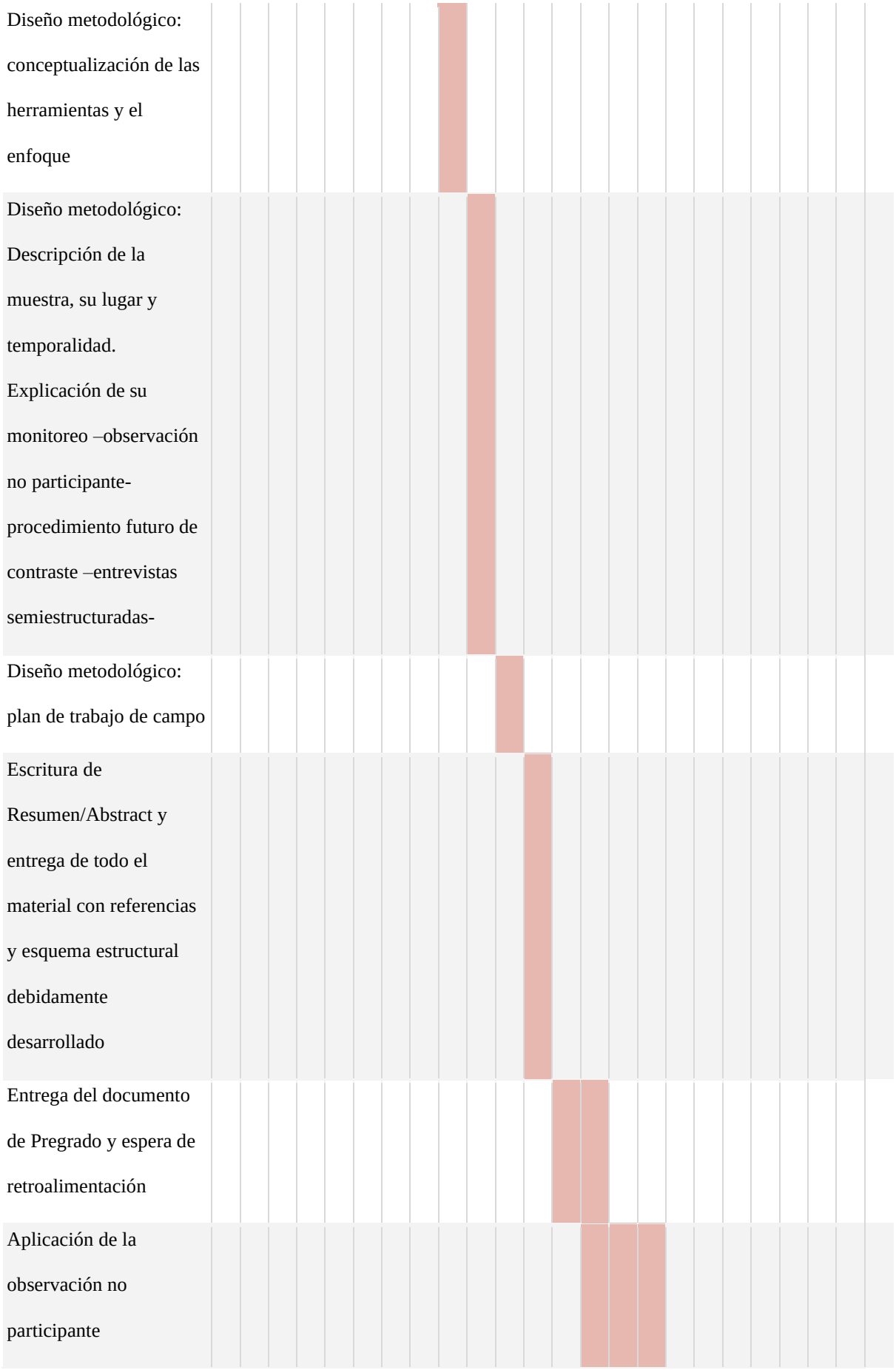
3.5 Lugar y temporalidad

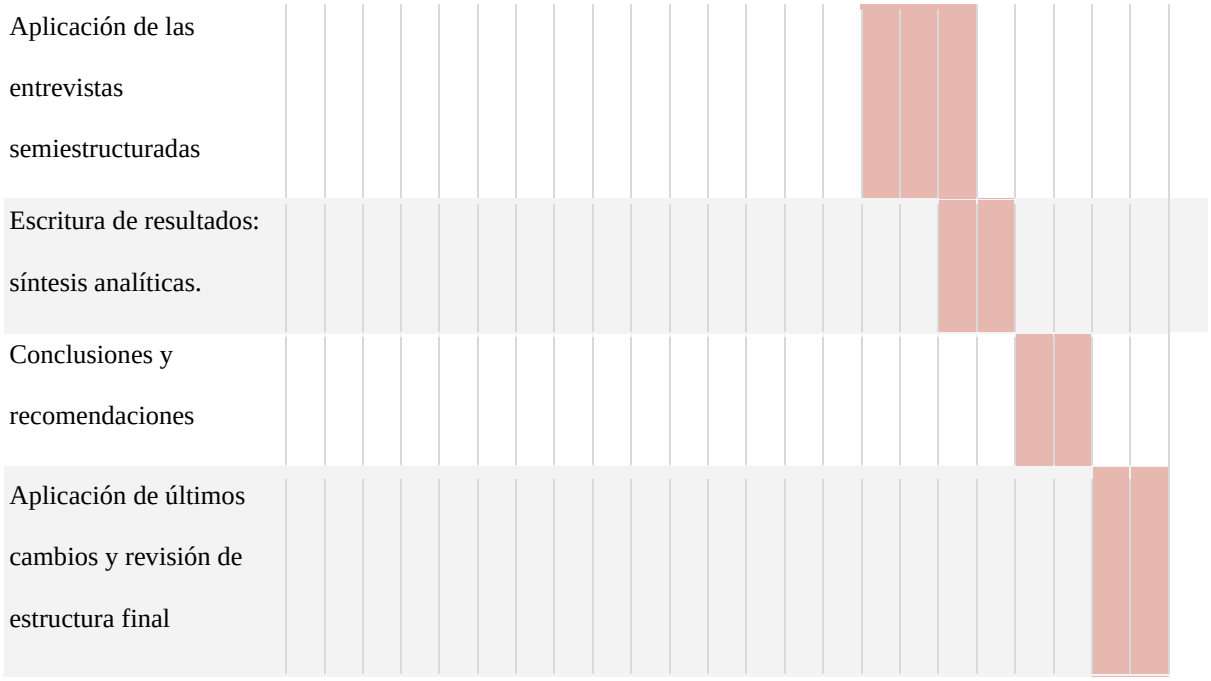
Debido al contexto provocado por la pandemia, la investigación será realiza online, mediante el monitoreo de la web y las redes de los medios mencionados, con entrevistas mediante videollamadas, llamadas y correo electrónico. Esto con el fin de proporcionar medidas de bioseguridad para todos los implicados dentro de la investigación.

En cuanto a la temporalidad se debe tomar en cuenta que las publicaciones a investigar se han difundido entre 2019 y 2020.

3.5.1 Plan de trabajo: Cronograma de actividades.


Mayo
Junio
Julio
Agosto
Septiembre
Octubre
Definición de tópicos, medio y matriz inicial de observación no participante por cada integrante del grupo. Establecimiento de objetivos generales.
Escritura de la Introducción y búsqueda bibliográfica para el mencionado apartado como para sus capítulos del Marco Teórico
Entrega del primer capítulo del Marco Teórico
Entrega del segundo capítulo del Marco Teórico
Cierre del Marco Teórico (último capítulo y entrega del material previamente corregido)


Diseño metodológico: conceptualización de las herramientas y el enfoque
Diseño metodológico: Descripción de la muestra, su lugar y temporalidad. Explicación de su monitoreo –observación no participante- procedimiento futuro de contraste –entrevistas semiestructuradas-
Diseño metodológico: plan de trabajo de campo
Escritura de Resumen/Abstract y entrega de todo el material con referencias y esquema estructural debidamente desarrollado
Entrega del documento de Pregrado y espera de retroalimentación
Aplicación de la observación no participante



4. Consideraciones éticas

4.1 Consideración Generales

El estudio surge por el convencimiento de que la información y quienes la producen son fundamentales para la consolidación de los valores democráticos. Ese rol socialmente tan importante debe desarrollarse con estándares altos de rigor y existe nuestra percepción de que en la práctica no siempre es así. Vigilar que el tratamiento noticioso, en todas sus fases, cumpla con esos estándares es también tarea de quienes forman a los hacedores del proceso comunicacional, los periodistas.

4.2 Consideración Específicas

1. Para la realización del estudio se procederá a solicitar acceso a los medios y periodistas con un proceso de consentimiento informado. Esto porque si bien nuestro fin es académico, tal como se ha indicado previamente, eso no significa que los resultados no deban hacerse públicos para una correcta socialización de la investigación.

2. El gran objetivo del proyecto de investigación no es señalar errores o juzgar a los periodistas y medios de comunicación, por lo que se les dará a conocer claramente los objetivos de nuestro

estudio. Lo que se busca es contribuir a la creación y difusión de discursos que involucren a los niños, niñas y adolescentes con una perspectiva de derechos y que ese enfoque se reconozca en la audiencia.

3. Debido a que uno de los retos principales de la investigación cualitativa se encuentra en su nivel de credibilidad y fiabilidad, se procurará que cada una de las herramientas aplicadas sean debidamente conocidas por los estudiantes tanto teóricamente como en la práctica. Por ello, se consensuarán previamente las categorías base que se analizarán en la observación no participante y se establecerá un guión previo –aunque no definitivo- de las preguntas a efectuar en las entrevistas semiestructuradas. Aun así, el diseño de la investigación no se planteará como un esquema absoluto y definitivo desde el principio, sino que debe tomar en cuenta las variantes que se presenten en el desarrollo de la investigación.

4. Como el enfoque es cualitativo y uno de sus características base se encuentra en la interpretación apropiada de los elementos que se obtienen en la investigación; tanto los docentes investigadores como los estudiantes/asistentes de investigación cuidarán que cualquier inferencia no sea producto de un juicio de valor que responda a prejuicios ni a elementos que carecen de argumentos ni hechos que los sustenten.

5. Dado que el proceso de producción de conocimiento en la investigación cualitativa es interactivo, para nosotros es de vital importancia que los sujetos/instituciones involucradas en la pesquisa tengan la posibilidad de alimentar el presente estudio con sus perspectivas al respecto. Por ello, en la segunda fase de la investigación –aplicación de entrevistas semi estructuradas- las preguntas reflejarán lo que se ha observado previamente y así los periodistas podrán refutar, argumentar o aclarar elementos que en primera instancia capturamos, pero que necesitan de su criterio para ser entendidos a cabalidad. La reflexión tendrá así su papel de doble vía en nuestro estudio.

6. El estudio no buscará llegar a conclusiones reduccionistas sobre el tratamiento informativo de la niñez y adolescencia, sino que hará consideraciones iniciales y reflexivas sobre los criterios periodísticos que se aplican y cómo ahí se involucra la perspectiva de derechos.

7. El estudio no planteará esquemas ni recetas de solución, pues su nivel propositivo se encuentra en generar un acercamiento reflexivo sobre el aspecto comunicacional que nos atañe.

5. Observaciones

En los últimos años, los periodistas en medios han observado la sustitución del concepto de "información" por el concepto de "formato", que está directamente relacionado con la estructura, la forma. Es por eso que en esta investigación se consideró pertinente analizar la comunicación visual de las noticias sobre los derechos de los NNA que existe en el Ecuador, específicamente en la plataforma web y redes de tres medios nacionales: Diario Expreso, La Barra Espaciadora y GK.

Como material de análisis utilizamos los mismos medios que se comentaron en el párrafo anterior para observar las publicaciones multimedia de los medios en sus redes. El muestreo de los materiales estudiados se realizó desde julio 2020 hasta septiembre de 2020. Se analizaron un total de 20 piezas comunicacionales (Anexos 1).

Para el análisis del material reunido se lo ha dividido en tres categorías: las evaluaciones del enfoque, la rutina y la narrativa. Tanto en la primera como la segunda categoría, el material se construyó alrededor de la premisa que las agendas informativas acerca de noticias relacionados a NNA influyen en cómo estos son concebidos. Los aspectos de la gestión del contenido de los medios de comunicación con énfasis en su efectividad en crear una macrohistoria se analiza en la tercera categoría.

Dadas estas características, y basándose en los modelos de análisis existentes, se ha hecho posible ofrecer un propio esquema de construcción de un modelo de análisis de estas piezas informativas, que podría aplicarse tanto desde un punto periodístico o multimedia. Este

esquema, que previamente se presentó y ahora se enfatiza con el análisis de por lo menos un producto comunicacional, se adjunta a continuación.

Categoría	Subcategoría	Evidencia	Interpretaciones
Titular	**Enunciado y su sumilla**	"Las clases virtuales tomaron a los alumnos 'fuera de línea'	El mismo título se mantiene pero es incluido en la gráfica.
Enfoque	**Tipo de tema**	Educación.	Se utilizan palabras clave que ligan a la pieza informática con la educación dentro de Guayaquil.
	Palabras Clave	En muchos hogares los niños no se pudieron conectar a un computador. Las fallas en internet fueron constantes en el inicio del año lectivo.	Incluyen palabras que hacen relación directa a los NNA. A pesar de que la palabra *niños* no es la primera dentro del texto, esta es incluida en la primera parte de la redacción. Sin embargo, el enfoque de la publicación en la web no hace énfasis en la educación como derecho a los NNA, esta utiliza palabras clave como 'fuera de línea' al referirse a que recibir las clases depende del estudiante y su posibilidad de conectarse al internet.
	Canal	Medio: Expreso.	Pieza originaria del portal

Rutina Narrativa		Red: Facebook.	web.
	Temporalidad	2 de junio, 2020.	Tanto la pieza publicada dentro del portal web y la publicación en Facebook están programadas para el mismo día.
	Dinámica de Difusión	El tipo de publicación es una foto que cumple un rol informativo.	La difusión en redes sociales de la pieza informativa presenta a personas de clase media, aunque todos los elementos nacen de la pieza en el portal web, esta presenta una visión diferente. Esta muestra dos imágenes que resaltan entre sí, la utilizada como imagen destacada en redes, la cual es acompañada con un pie de página extenso donde se nombra al padre de familia que ayuda al niño. Y una segunda imagen que refleja una realidad de pobreza la cual no es acompañada con información de contexto.
	Tratamiento del Contenido	Se incluye el título de la pieza, una clasificación del post que lo ubica dentro de Guayaquil y una imagen relevante.	La información está construida de una manera jerárquica donde el título está ubicado en primer lugar, siendo lo primero que

			resalta. La imagen cuenta con una edición editorial.
Narrativa	**Interacción**	Cuenta con aproximadamente 2000 interacciones.	La mayoría de interacciones se dan en *Shares* buscando replicar la información. Las reacciones son referentes al descontento que genera la noticia y los comentarios comparten experiencias personales relevantes.
	Carácter:	Observador.	La pieza busca llevar tráfico al artículo original y utiliza de manera correcta modos de hacer énfasis en el link que lleva a la historia original: utilizan ht.ly para acortar la direccion y acompañan al link con emoticones para hacerla incentivar al usuario a dar click.
	Multiplataforma	La pieza se encuentra hasta la fecha, vigente en Facebook y su portal web.	Al no incluirse el título de la pieza dentro de la redacción se evita ser encontrado por la búsqueda de palabras claves. Sin embargo, otros elementos como la redacción, la fecha de publicación y la imagen usada que son fieles a la pieza en el portal web.

	Intertextualidad	Pieza independiente.	Tanto la imagen, el titular y la sub-categoría incrustada en la gráfica y la redacción se complementan entre sí y agregan contexto suficiente para el entendimiento de la nota. Pero, esta solo réplica de información, no aporta con nuevos elementos a la historia.

Otras fichas similares con el análisis de cada pieza comunicacional se encuentran en la sección de anexos.

Los siguientes resultados fueron revelados según el proceso efectuado con cada pieza, los formatos más utilizados en los artículos multimedia de los medios de comunicación son: fotos 70%, videos 5%, ilustraciones 5%, infografías 0%, animación gif 0%, audios 0%. En las publicaciones que sí cumplen la intertextualidad y pueden ser consideradas multiplataforma hay una aplicación más diversa de los elementos multimedia.

Los post relacionados a los NNA que son elaborados desde el punto de vista de la víctima y sus derechos vulnerados poseen información que puede llegar a ser muy técnica o extensa, esto consigue que la pieza informativa se convierta en algo tedioso y complicado y logre que el usuario regular pierda interés. En la mayoría de "posteos" analizados se pudo encontrar que la imagen busca acompañar a la redacción, más no aportar contenido, esto ocasiona que la publicación dependa totalmente de la redacción para involucrar varios temas en una misma pieza comunicacional, haciéndola más extensa y compleja. Tal y como se puede apreciar en la pieza que se adjunta, esta fue publicada en Facebook por el medio La Barra Espaciadora y narra varios sucesos sin presentar más que una imagen sin contexto.

Sin embargo, en el carrusel presentado a continuación, el cual fue posteado por el medio GK, se puede evidenciar cómo se integran estas temáticas de una manera precisa y de manera amigable al público al ser acompañadas con varias gráficas que ilustran estos datos o ideas.

En otros aspectos, el rasgo distintivo es que estos elementos multimediales solo son

incluidos por ser archivos incrustados, estos se incluyen automáticamente al subir un link de una pieza web y usualmente no respetan las directrices recomendadas por las redes sociales, como: dimensiones del material gráfico, extensión del título y redacción.

Cabe señalar que, en casos como el Expreso que usa una foto con elementos de texto incluidos, la información está construida de una manera jerárquica donde el título está ubicado en primer lugar, siendo lo primero que resalta, en estos casos la imagen suele contar con una edición editorial. Sin embargo, los elementos incrustados carecen de una estructura clara y no solo se publican piezas sin el contexto suficiente, sino que la interacción se reduce significativamente en comparación con sus homólogos. Consideramos que esto se da ya que las rutinas de producción del Expreso están más institucionalizadas y no dependen de la intuición multimedia del periodista.

Además, durante el análisis se encontró que el contenido de la mayoría de piezas de los medios analizados funcionaban de manera independiente, es decir, que no se necesitaba del artículo original para entender el contexto. Pero, a pesar de ser independientes estas no cumplían con los requisitos suficientes para ser consideradas transmedia ya que solo era réplica de información y no aportan elementos nuevos al universo de la noticia. Tal y como se puede apreciar en la pieza comunicacional de La Barra Espaciadora adjuntada previamente

en este capítulo, no se agregan nuevos elementos a la historia, la redacción elegida es un extracto exacto de la noticia original ubicada en el portal web.

La Barra Espaciadora construye su contenido en base a temas relacionados con culturas, medio ambiente, derechos humanos y libertades individuales. Las noticias acerca de derechos de NNA suelen ser incluidos por responder a las 2 últimas categorías de las cuales el medio busca informar. Sin embargo, su objetivo no es el de desarrollar historias en base a demanda y así darle más importancia a un tema que a otro, sino que buscan darle el mismo espacio a todas sus piezas.

Por su parte, Expreso a pesar de haber empezado hace poco más de 2 años en la publicación constante de artículos para su portal web como cápsulas para sus redes sociales, estos han mantenido un ritmo de publicación elevado. En sus redes, sobretodo en Facebook intentan que todas las noticias del portal tengan su espacio en la red, así que no se suele discriminar cuál incluir, aunque se lleguen a publicar en redes artículos acerca de las mismas temáticas uno después de otro, debido a la gran cantidad de material necesario para redes se aplica una especie de plantilla a ciertas publicaciones para poder copar con la cantidad de artes pedidas por la producción.

El medio Gk en cambio intenta no sacrificar calidad por la cantidad y busca darle un tinte único a la pieza, sobre todo, a las noticias relacionadas con NNA. Se debe destacar, sin embargo, que debido a que el proceso de creación de este material es extenso, el número de publicaciones a las cuales se les puede aplicar un trabajo extenuante se minimiza, por lo tanto el medio debe elegir qué historia destacar.

Es importante señalar que, a excepción de GK, casi todas las piezas comunicacionales analizadas convertidas en cápsulas para redes sociales cumplen la función de servir como enlaces al artículo original y solo buscan que el usuario cumpla un rol de observador, no los incluyen en la narrativa. Es decir, le sacan provecho a las herramientas que proporciona cada

red y respetan no solo dimensiones sino que también formatos.

Cabe indicar que la creación de material exclusivo para las piezas en redes sociales es muy raro, aunque la redacción y títulos poseen una variación del artículo original, los elementos pictográficos no aportan nada nuevo. Esto sugiere que internamente se busca llegar a un mayor alcance de usuarios a través de las redes pero no cuentan con la capacitación respectiva o el respaldo de un equipo web que avalen la efectividad comunicacional de las piezas.

5.1 Entrevista

Se utilizó esta herramienta debido a que es una técnica para el acercamiento al objeto de estudio y de ahí surge su extenso uso en la investigación social. Según Oxman, (1998), con su aplicación surgen percepciones individuales acerca de un mismo tema.

En este caso, las entrevistas se llevaron a cabo con 4 personas involucradas directamente a los medios Gk, La Barra Espaciadora y Expreso, con un cuestionario de preguntas precisas. Los entrevistados son: Isabela Ponce, editora de GK, Diego Cazar Baquero editor, cofundador y director de La Barra Espaciadora, Marta Torres periodista con 15 años de trayectoria en Expreso, Paula de la Cruz, una ilustradora que es parte de unas de las primeras añadiduras al equipo de producción para material web de GK.

Con el fin de brindar comodidad a los participantes y para respetar normas sanitarias debido al contexto de la pandemia, se realizaron las entrevistas de manera online. Los entrevistados de este grupo fueron contactados por vía *Whatsapp* para agendar la reunión y finalmente se la realizó vía *Zoom*.

Cada encuentro duró un aproximado de 40 minutos y en cada uno de ellos, con excepción de la entrevista con Paula de la Cruz, se contó con la compañía de uno de los colegas/estudiantes del área de Periodismo cuyo objetivo era hacer preguntas afines a su investigación, mientras que el tema de las preguntas para el presente estudio era acerca de la

producción digital de los artículos. Una de las razones porque se escogió esta técnica sobre otras fue porque con frecuencia la entrevista se complementa con otras técnicas de acuerdo a la naturaleza específica de la investigación. (Martínez, 1998).

Las preguntas de las entrevistas parten de los resultados obtenidos por la técnica utilizada previamente de análisis de las muestras de piezas comunicacionales, donde se analizaron tanto la rutina, el enfoque y las capacidades al momento de producir piezas comunicacionales de tres medios de comunicación en la web. El fin es conocer la situación actual interna con relación a la producción que se da para desarrollar una pieza. Las preguntas que se tomaron en cuenta para los entrevistados se presentan en la siguiente tabla, junto con las respectivas respuestas de los entrevistados.

Tópico	**Entrevistado 1 (Isabela Ponce de GK)**	**Entrevistado 4 (Paula de la Cruz de GK)**	**Entrevistado 2 (Diego Cazar de La Barra Espaciadora)**	**Entrevistado 3 (Marta Torres de Expreso)**
¿Hace cuánto aproximadamente se desarrollan artículos para web y cápsulas para redes?	GK nació en 2011 desde ese momento ya publicamos en web y las cápsulas para redes arrancaron más o menos en 2014, pero han ido aumentando y diversificándose.	El medio empezó con una página web a la cual se empezaron a subir notas. Empezó a subir posteos de manera constante hace unos 5 años.	Nacimos desde el 2013 como medio digital.	De manera constante hace más o menos 2 años, desde hace 3 era muy esporádico lo que se subía a la web y eran seleccionadas cuales se subían por el editor, usualmente eran las noticias que

				llegaban a las portadas.
¿Existe un equipo web/multimedia y de ser así cuál es la función de este?	No, esa lógica del equipo web es de medio tradicional impreso. Acá todo el equipo está vinculado con lo digital de alguna u otra manera	Técnicamente no, pero si estamos algunas personas apoyando en esa área como diseñadores y community. Igualmente todas las decisiones son junto al equipo de periodista y editor encargado de la nota.	Tenemos un webmaster que es uno de los cofundadores del medio, un community y alguien más que se encarga de la parte gráfica y creativa y juntos diseñamos estrategias para cada proyecto para difusión con nuestros aliados y entre nosotros también.	Se formó hace 2 años. Antes solo había alguien que revisaba otros medios. Ahora existe un equipo expresamente para las publicaciones web.
¿Bajo qué criterios elige cuáles y cuántas fotos se usan en la noticia?	En una noticia, que hacemos muy poco noticias (hacemos más reportajes de largo aliento), ponemos una. En los reportajes cuando hay fotos propias usamos al menos cinco dentro del texto, eso depende de la	Las fotos se utilizan las que proporcionan los encargados de la nota, si se considera que es pertinente una ilustración, entonces se me proporciona una idea la cual se trabaja con feedback del	Depende de cuánto demande la historia que estamos publicando, tenemos por formatos de plataforma la necesidad de una foto de portada como requisito que no se puede violar pero lo	Las elecciones de las fotos las realiza el equipo web, por eso debemos de asegurarnos de tomar varias y que sean diversas.

	extensión del texto para que no se vea demasiado recargado.	periodista y luego la idea final es aprobada por la Directora de Arte.	demás ocurre ya mucho de acuerdo a los temas que se están poniendo en escena y género periodístico que estamos utilizando.	
¿Cómo funciona el software de CMS que utilizan y cómo se acopla a la rutina de trabajo del equipo web?	Usamos Wordpress y no hay equipo web. Cada reportera y editora que escriba un tema debe subirlo a Wordpress, poner la foto en el tamaño adecuado, ponerle el SEO, y todo lo que requiera antes de publicar.	Más que un equipo web hay un grupo que apoya con plasmar la creatividad en algunos formatos. Cada reportero es el encargado de subir todo de la manera que quieran, bajo requerimientos específicos, y si necesitan algún elemento visual para apoyar la narración se nos contacta.	Usamos Wordpress con virtudes que las obtienes con un pago para que puedas aplicar ciertas funciones, y esto te permite, de acuerdo a las plantillas que elijas, ciertas condiciones y otras no tanto. Es más, Wordpress presenta nuevos cambios cada semana a los cuales nos vamos adaptando y a su vez poseemos el soporte de un asesor técnico para urgencias.	Cuando entramos a la era del periódico digital recibimos capacitaciones e indicaciones claras, no incluir más de 6 párrafos y la redacción previa no más de 5 líneas. Nosotros enviamos la redacción y las fotos con qué palabras claves insertar, el equipo web se encarga de subir al sistema.

¿Quién toma estas fotos? ¿Se le da alguna indicación al fotógrafo antes de tomarlas?	En GK hay un fotógrafo y cuando él está muy ocupado, un editor que también sabe de fotografía, toma las fotos. Todas las salidas a tomar fotos van con una indicación de la reportera a cargo del tema. Si es que hay más tiempo, la reportera acompaña al fotógrafo.	Tanto como la gráfica el trabajo con el fotógrafo también es comunitario. El encargado de la nota expresa su idea y el equipo responsable hace lo posible de representarla.	No necesitan indicaciones ya que son sumamente profesionales y saben lo que tienen que hacer. Nuestras fotos vienen de una fuente a la que se le asigna el crédito como ocurre cuando se hacen temas políticos y las instituciones públicas te ofrecen material gráfico que puedes usar o cuando son producción nuestra son trabajos bajos los criterios de él.	El fotógrafo se encarga de asegurar la foto para el periódico, pero el periodísta para la web. Debemos tomar fotos en diferentes ángulos y diferentes acciones.
El valor agregado (infografía, videos, etc) quién lo decide y a quién se lo designa su	Todos los lunes tenemos una reunión para ver los contenidos de redes sociales. Revisamos cuáles son los temas	Lo elegimos entre todos, no solo el periodista y el encargado del arte, sino que todos nos reunimos para	Las infografías las realiza Nicol Pavon, pero son dirigidas por el reportero de la nota y por el editor. En el caso	El trabajo del equipo web es muy inmediato. Nosotros los periodistas somos los encargados de elegir los recursos

producción.	publicados esa semana y cuál sería la mejor pieza y formato para el tema. La producción está a cargo del equipo de Arte, que tiene su directora de Arte, una diseñadora gráfica y una ilustradora. Se fija un calendario de producción y de publicación, hecho por la editora de audiencias quien planifica cuándo se postea cada cosa.	apoyar en ideas de a qué nota se podría trabajar bajo qué formato y en base a eso arma un cronograma de producción, priorizando las piezas que requieran más producción para evitar que se demore su publicación.	de videos lo que tenemos como producción permanente son nuestros resúmenes semanales. Ahí el guión es creado por mi, pero la producción la dirige Jonathan Venegas.	e inclusive en qué parte se los incrusta. Los artes que se publican en las redes las realiza el mismo equipo web y de ahí tenemos otros dos compañeros que realizan videos de nuestras noticias.
¿Considera que las indicaciones del equipo web influyen en la construcción de las noticias que se muestran finalmente en el portal o redes?	No hay equipo web.	La idea original siempre es la del encargado de la nota y es él quien finalmente decide qué elementos se incluyen en la web y cómo se trabaja el arte si es que se decide	Si, por supuesto, las indicaciones más técnicas las da el webmaster y él se encarga como cuando se satura el sitio, el peso de las imágenes es muy grande. Es	Es un trabajo conjunto donde cada parte aporta lo que puede, hay temas que dependen exclusivamente del equipo web, como qué arte se realiza para la

		realizar algún tipo de creación de alguna pieza con esa información.	recomendado incluir un gif o un video. Sin embargo, muchas de las decisiones de cómo se trata el sitio web ya las conocemos, como titular para un SEO adecuado o cómo utilizar los hipertextos.	publicación en redes. Nosotros los periodistas somos los encargados de los elementos de la nota a la web pero siempre estamos abiertos a las sugerencias de este equipo.
Cuando se está en la calle realizando una cobertura, ¿Qué tipo de decisiones puede tomar el equipo web, por ejemplo, deciden dónde van las negritas y por tanto qué destacar y qué tuits se incrustan?. ¿Qué aspectos se toman en cuenta para realizar esta parte del trabajo?	No hay equipo web.	El periodista es el encargado de tanto la redacción como subirlo a la web.	Cuando estamos haciendo coberturas móviles no se tienen en cuenta estos aspectos, no se atienden a rigores que nos hagan perder tiempo se sostienen con contenidos que ya circulan en redes y luego se van complementando. En estos momentos de postear en momentos de coyuntura	Existen dos etapas una es cuando se está en el campo y se mandan fotos y redacción de la nota y el equipo web debe rápidamente pensar que elementos usar para acompañar la pieza. De ahí uno se encarga de nutrir la nota con tuits, o vídeos que queramos usar y se las proporcionamos al equipo web

			extensa lo que se hace es al final del día el editor recopila toda la información y se publica al día siguiente mientras se recopila más información para nutrir la nota.	para que pueda actualizar la nota junto con hipervínculos, negritas y más elementos que se encargan de añadir.
El equipo web/multimedia revisa otros sitios y/o a la competencia. De ser así ¿Cuál es el objetivo de este monitoreo?	No hay equipo web pero sí hay un monitoreo del tráfico de GK para saber cuáles son las noticias que se están leyendo más y su nivel de engagement.	Todos estamos constantemente revisando referentes, yo por lo menos reviso páginas como Buzzfeed, Pictoline, Vox para saber qué tipo de ilustración están haciendo.	Nosotros no creemos en la competencia. Sin embargo, lo que sí hacemos es revisar cómo funcionan el resto de medios y cómo se van adaptando a lo digital y cómo esto les permite llegar a más audiencia para así nutrirnos y lograr una mejor cobertura.	Siempre hemos analizado otros medios y páginas, desde antes que exista un equipo web. Ahora en oficina tenemos una pantalla grande que nos muestra nuestros periódicos y notas y cómo están circulando en comparación de otras
¿Qué tan importantes cree que son – o deberían ser- las	Primero creo que es una falacia que una categoría de medios sea	Hay temas y palabras que es mejor presentarlas en otro formato	Durante los últimos años ha habido un incremento muy	No se le hizo la consulta.

noticias con relación a los NNA en los medios digitales?	digitales porque la plataforma donde se alojan no garantiza nada en la calidad de su producción. Por la facilidad de montar un medio actualmente hay muchos que hacen activismo o no hacen un periodismo responsable, entonces creo que esa categoría no debería tomarse en cuenta. Los medios —todos— deberían considerar en su agenda los temas de niñez y adolescencia como prioritarios porque son un grupo con el que se puede reflejar el estado de un país.	para ayudar a transmitir emociones, y ser empático con lo que se lee es demasiado importante para que la nota llame tu atención.	notorio en todos los medios de comunicación con temas que tienen que ver con NNA y esto es muy valioso porque desde distintos lenguajes se están poniendo en escena una temática que antes era relegada a la final de la sección o a notas secundarias	

5.2 Triangulación de datos

Uwe Flick señala que "la explicación adicional de por qué ciertos patrones de respuestas se pueden encontrar ampliamente en cuestionarios requiere la recogida y la implicación de nuevas clases de datos (entrevistas, observaciones de campo)" (2004, p. 282). Es por eso que se ha elegido entrevistar a Nicolas Smolij, ya que por su experticia en el área de comunicación digital y producción al haber sido co-propietario de Z Visión, una de las productoras audiovisuales más importantes del país, fungiendo como Director General y Director de Fotografía por 22 años, se considera un personaje importante para esta investigación porque puede proveer con información que nos ayude responder a las preguntas: ¿las rutinas que conlleva el proceso de creación de piezas de comunicación incluye una perspectiva de derechos? y ¿la narrativa digital que usa cada medio en la cobertura de noticias relacionadas a NNA es aplicada de manera efectiva? Para responder estas interrogantes se creó un cuestionario de 10 preguntas (Anexo 2).

Tópico	**Entrevistado 1 (Nicolás Smolij)**
¿Qué importancia cree que tienen – o deberían tener- las noticias con relación a los niños, niñas y adolescentes en los medios digitales?	Considero que actualmente estos casos podrían tener una mayor visibilidad desde los medios de comunicación en relación a la importancia que tienen. A nivel de contenido cuentas como organización sin fines de lucro o marcas con una narrativa social se encargan de una difusión más masiva pero suelen carecer de un enfoque periodístico.
¿Considera que existe un enfoque de derechos en las rutinas y enfoques en la producción de los hechos noticiosos en el ámbito digital que están relacionados con la niñez y la adolescencia?	En su mayor parte sí, el problema suele ser que los recursos que acompañan la redacción no están alineados a ésta, por ende el lector puede perder el enfoque de la noticia.

Notas analizadas del Expreso retratan a niños en situaciones de vulnerabilidad ¿Cómo cree usted que se podría mejorar la imagen de los niños y niñas que aparecen como víctimas en situación de violencia, abuso y pobreza extrema?	Además de la fotografía, existen otros formatos. Por ejemplo, las ilustraciones te permiten contar una historia sin exponer o mostrar físicamente a estas personas a las que han vulnerado sus derechos. También es posible hacerlo únicamente mediante redacción. Una buena crónica transporta al lector donde el escritor quiera llevarlo.
Los medios analizados buscan replicar la mayoría de sus artículos en todas sus redes pero solo GK presenta una coherencia transmedia ¿Esto es algo que debería replicarse en los productos digitales de los medios?	Por supuesto. Cada plataforma cuenta con diferentes formatos que pueden aprovecharse para enriquecer la noticia. Se deben crear piezas que den un abrebocas a la historia y se complementen entre sí para captar la atención de los usuarios, y así generar mayores visitas en la web donde se aloje el artículo o reportaje completo, aunque no necesariamente todas las noticias deben poseer contenido transmedia.
¿Cree usted que los medios cumplen de manera eficaz su encargo social en relación a los NNA?	No. Honestamente no he visto noticias frecuentes sobre el atropello de derechos que hay hacia los NNA, algo que durante esta pandemia ha sido muy recurrente. Los medios deberían ejercer esa presión mediática sobre las autoridades para buscar soluciones.
¿Considera que las indicaciones del equipo de comunicación influye en la construcción de las noticias que se muestran finalmente en el portal o redes?	Sí. Hay indicaciones recibidas para cumplir los formatos necesarios que luego se vuelven cultura general interna, pero el nivel de evolución del contenido te obliga a tener personas inmersas en las tendencias y dando recomendación de cómo adaptarse para mantenerse relevante.
¿Qué aspectos considera determinantes para evaluar una pieza comunicacional como efectiva?	Redacción clara y concisa que despierte la curiosidad de los usuarios. Recursos audiovisuales como fotografías, ilustraciones o videos que puedan brindar mayor dinamismo e interacción.
¿Cuáles miembros cree que forman el equipo ideal en un medio digital para que se produzca contenido noticioso y con una comunicación efectiva en el contexto de la generación de tópicos sobre niñez y adolescencia?	Debería tener un redactor, un community y mínimo un par de personas en el área de diseño/audiovisual.
¿Cómo cree que debería ser la dinámica de trabajo del equipo multimedia/web en un medio digital a lo largo de la producción de las piezas comunicacionales? ¿De forma integrada junto con los periodistas o	Siempre un trabajo que se realice en equipo de forma integrada será más completo. Sin embargo, cabe recalcar que cada persona tiene su especialidad, por ende debe haber un poco de libertad para el equipo multimedia al momento de graficar las piezas

de manera independiente?	

6. Resultados y Discusión

Tras los resultados del análisis de datos recopilados y de las entrevistas realizadas se verificó que en todas las plataformas de los medios estudiados se reiteraba la cobertura sobre temas vinculados a la niñez y la adolescencia. En total, en un periodo de análisis entre el 2019 y 2020, se contabilizó un total de 19 piezas comunicacionales relacionadas a esta temática en los medios: GK, La Barra Espaciadora y Expreso, donde se pudo visualizar que el contenido compartido en cada plataforma es el mismo, haciendo ligeras variaciones en la redacción del pie de foto, en lugar de utilizar los diferentes formatos que brindan cada una de estas plataformas para enriquecer el storytelling de las noticias.

Los medios observados llevan publicando de manera constante un mínimo de 2 años, tal como lo menciona Martha Torres, del expreso "De manera constante hace más o menos 2 años, desde hace 3 era muy esporádico lo que se subía a la web y eran seleccionadas cuáles se subían por el editor". Isabela Ponce, editora de GK, señala en su entrevista que "GK nació en 2011 desde ese momento ya publicamos en web y las cápsulas para redes arrancaron más o menos en 2014, pero han ido aumentando y diversificándose". Contribuciones como estas, nos recuerdan la necesidad y pertinencia de analizar cómo se selecciona y construye el contenido.

De acuerdo a los objetivos específicos planteados, lo primero a responder respecto a las rutinas, enfoques y análisis de elementos multimedia en narrativas periodísticas sobre temas vinculados a la niñez y la adolescencia, es la conceptualización que involucran las teorías del Newsmaking y del Frame en el ejercicio periodístico. Dentro de la información recolectada se

puede apreciar que la construcción de una agenda mediática depende tanto de factores internos, como externos que van más allá de las rutinas de producción. En ese sentido, se considera pertinente añadir en el capítulo de recomendaciones un punto con relevancia a este tema.

En lo que respecta a los factores dentro de las rutinas de producción, a través de los resultados derivados de la aplicación de las entrevistas individuales, se supo que la mayoría de entrevistados comentaban que las indicaciones del equipo de comunicación no influyen en la construcción de las noticias que se muestran finalmente en el portal o redes. Uno de ellos expresó: "Nosotros los periodistas somos los encargados de los elementos de la nota a la web, pero siempre estamos abiertos a las sugerencias de este equipo". La otra parte de entrevistados sostiene que sí influyen las indicaciones del equipo de comunicación, ya que se reciben recomendaciones de qué agregar o qué eliminar, agregando en ocasiones nuevos contextos a la historia, a pesar de que muchas de las decisiones sobre cómo se trata el sitio web ya se las conoce.

Sobre las rutinas y enfoques periodísticos que se brindan en las redacciones o medios digitales a los temas vinculados con los NNA se pudo identificar en los contenidos difundidos en redes de los medios de comunicación GK, LBE y Expreso una tendencia a no filtrar la cantidad de piezas publicadas, abordadas y difundidas que involucran a los derechos de NNA, esto va de la mano con las afirmaciones de los entrevistados que sostienen que es un tema muy valioso que ya no es relegado. Sin embargo, estas publicaciones suelen ser postergadas para que un equipo web/multimedia adapte la información a nuevos formatos y debido al volumen de trabajo que esto representa, se suele hacer un filtro para definir qué noticias deberían recibir más tiempo de producción. Paula de la Cruz, diseñadora de GK afirma que todo el equipo se reúne para revisar las notas y apoyar en ideas sobre qué formatos funcionan mejor para qué notas, y en base a eso armar un cronograma de producción donde se priorizan las piezas que demoran más, evitando así que la publicación de aquella nota demore mucho.

A pesar de que los medios no filtren este tipo de publicaciones e intenten replicarlas en todas sus redes, se pudo evidenciar que solo GK presenta una coherencia transmedia, es decir, que sus publicaciones aportan a la macrohistoria de la noticia, esto demuestra un nivel de producción que los demás medios deberían implementar. El experto consultado en la entrevista de triangulación considera que esto es algo que debería replicarse en los productos digitales de los medios y acota lo siguiente: "Cada plataforma cuenta con diferentes formatos que pueden aprovecharse para enriquecer la noticia. Se deben crear piezas que den un abrebocas a la historia y se complementen entre sí para captar la atención de los usuarios, y así generar mayores visitas en la web donde se aloje el artículo o reportaje completo".

En el contenido analizado se aprecian elementos como los encontrados en la publicación de Facebook del Expreso del 22 de abril del presente año, que aportan en la concientización sobre los derechos de los NNA, ya que utiliza en varias ocasiones palabras clave como "derecho", "educación", "constitución", "niños, niñas y adolescentes", entre otros. También se identificaron otros atributos publicados por el mismo medio, señalados con menor frecuencia, pero igual de significativos, el 1 de junio, en donde la gráfica utilizada proporciona un enfoque precario que aporta a la representación de los niños y niñas como víctimas en situación de violencia, abuso y pobreza extrema. Esta nota fue analizada por el experto entrevistado, quien comentó "el problema suele ser que los recursos que acompañan la redacción no están alineados a ésta, por ende el lector puede perder el enfoque de la noticia.[...] además de la fotografía, existen otros formatos. Por ejemplo, las ilustraciones te permiten contar una historia sin exponer o mostrar físicamente a estas personas a las que han vulnerado sus derechos".

Los datos recolectados representan un alto grado de integración entre los periodistas y el equipo web a la hora de la creación de las piezas, la percepción del experto fue la misma: "Siempre un trabajo que se realice en equipo, de forma integrada, será más completo. Sin

embargo, cabe recalcar que cada persona tiene su especialidad, por ende debe haber un poco de libertad para el equipo multimedia al momento de graficar las piezas", también afirma que el equipo ideal en un medio digital para que se produzca contenido noticioso y con una comunicación efectiva debería estar constituido por: un redactor, un community y mínimo un par de personas en el área de diseño/audiovisual.

La efectividad de los contenidos se puede analizar a grosso modo por las interacciones en las piezas publicadas. Del contenido analizado, La Barra Espaciadora por ejemplo, la pieza que alcanzó mejores métricas fue la publicación del 22 de enero, con un total de 137 interacciones. En el caso de este medio, se hicieron 4 publicaciones consecutivas de la misma noticia en la misma red, lo que seguramente diluyó las interacciones. El artículo más interesante vino de GK, el mismo que consiguió 734 interacciones, el mayor número de acciones entre todos los contenidos analizados, en gran parte porque se presenta la información en diferentes ilustraciones que busca hacer a la pieza más atractiva al usuario y así tener un mayor alcance.

Para contrastar la información y observaciones recopiladas con un análisis crítico, se ha hecho una triangulación que incorpora el análisis de contenido y las entrevistas efectuadas a comunicadores que trabajan en los tópicos investigados. En resumen se considera que se responde la pregunta planteada en esta investigación de que las notas periodísticas analizadas si cumplen con un enfoque de derecho, pero también se reflexiona que los medios no cumplen con su encargo social en relación a los NNA ya que se puede lograr mayor efectividad en la comunicación. El experto entrevistado expresó a su vez: "Honestamente no he visto noticias frecuentes sobre el atropello de derechos que hay hacia los NNA, algo que durante esta pandemia ha sido muy recurrente. Los medios deberían ejercer esa presión mediática sobre las autoridades para buscar soluciones".

Se enlistan a continuación, según lo observado en las piezas analizadas, algunas observaciones para tomar en cuenta para ayudar a que las noticias del tema investigado

lleguen a un mayor número de personas:

- Redactar de forma concisa textos que funcionen en las redes independientemente del artículo en la web, pero que al mismo tiempo despierte la curiosidad de los usuarios por querer saber más y buscar.
- Cumplir con las dimensiones estipuladas por cada red en cuanto al material gráfico incrustado.
- Incluir las palabras clave dentro de la redacción para facilitar la búsqueda.
- Utilizar recursos audiovisuales como fotografías, ilustraciones o videos que puedan brindar mayor dinamismo e interacción.
- Si la pieza es utilizada en multiplataforma, no caer en la repetición de información. Por lo contrario, aprovechar la funcionalidad para aportar elementos que nutran la macrohistoria.
- Debe existir un tratamiento del contenido. De acuerdo a lo analizado, el alcance de las notas que usaban una foto de archivo sin mayor edición o retoque, fue significativamente menor que otras notas que sí contaban con una gráfica más tratada.

Estudios previos, como el artículo publicado en INNOVA Research Journal en el 2017, han señalado en sus conclusiones que “El marketing digital no era relevante hace unos años en el país y ni siquiera se consideraba una herramienta importante”. Sin embargo, esta investigación comprueba que hay medios con más de 6 años de experiencia en publicaciones web y de píldoras informativas para redes, como es el caso de GK. Teniendo en cuenta este contraste, se evidencia que el escenario sigue evolucionando constantemente.

7. Conclusiones

Esta investigación busca conocer las rutinas y enfoques periodísticos que involucran la producción de los hechos noticiosos relacionados con la niñez y la adolescencia en el ámbito digital, para entender si su perspectiva de trabajo incluye el enfoque de derechos que amerita el grupo etario, además de conocer si los medios de comunicación están cumpliendo de manera eficaz su encargo social en relación a los niños, niñas y adolescentes.

El presente trabajo puede aportar a la comprensión de esta situación desde la perspectiva de la rutina interna describiendo cómo se aborda la producción de este contenido, por esto se analizaron diversas piezas relacionadas a los NNA, se entrevistó a comunicadores con relación a estos medios y tema de investigación y se utilizó una técnica denominada triangulación, la cual permite hacer un análisis más profundo de la información recopilada.

Después de haber desarrollado la investigación pertinente sobre el tema, recolectado el análisis de la muestra, ejecutado las entrevistas respectivas y triangulando la información, se puede concluir que los medios sí cumplen su encargo social en relación a los NNA, ya que sí brindan la cobertura y el espacio a publicaciones de este tema desde un enfoque de derechos, sin embargo esta comunicación no se realiza de manera eficaz, la mayoría de los medios analizados poseen falencias en el manejo del contenido, derrochando gran parte del valor total de la comunicación de las noticias emergentes porque se dedican a su redifusión demasiado rápida y en ocasiones imprudente.

8. Recomendaciones

- Como se mencionó al inicio del capítulo de resultados, una investigación completa de construcción de agenda mediática excede los parámetros de esta investigación. Esto plantea la necesidad de que el periodismo aborde estos problemas de investigación desde una visión multidisciplinaria para permitir propuestas con un análisis más amplio que recolecte datos para detectar influencias tanto en la producción interna, como de agentes externos.
- Se alienta a nuevas investigaciones que contribuyan al estado del arte con el objetivo de mejorar, la precisión contemporánea de la situación que atraviesan los medios y sus contenidos. Debido al corto tiempo en el que se pudo observar el contenido, se limitó la capacidad de evidenciar qué piezas son alteradas o archivadas/eliminadas de las redes de los medios. Situación que se aprecia en la pieza que se analizó en LBE con el enunciado de "Xenofobia y machismo: la espada y la pared de las víctimas." publicada el 21 de Enero de 2020, la pieza se encuentra actualmente en el portal web, pero en Instagram ha sido eliminada.
- Se recomienda el desarrollo de nuevas investigaciones que ayuden a evidenciar falencias en las comunicaciones relacionadas a niños, niñas y adolescentes para que éstos no cuenten con una representación sesgada y sean más visibles con el fin de que el público en general tenga conocimiento sobre el tema. Periodistas en organizaciones digitales y de noticias tienen que dedicar recursos y pruebas con diferentes formatos de contenido para recopilar conocimientos adicionales sobre lo que funciona mejor en sus audiencias.
- En continuidad a los resultados del análisis donde se identificó que todas las piezas tenían como objetivo dirigir a la web del medio de investigación, se recomienda indagar

en el manejo de los datos recopilados, ya que un buen manejo de esta información se puede traducir en una audiencia más segmentada y un contenido más efectivo.

9. Bibliografía

Anrubia, E. (2002). La estructura narrativa del ser humano I. Espéculo, Revista de Estudios Literarios. Obtenido de:https://biblioteca.org.ar/libros/151573.pdf

Argudo, A. (2011). Matiz del Tratamiento de noticias que abordan temas relacionados con niñez en "El Noticiero" de TC Televisión. Quito: Universidad Católica del Ecuador.

Bateson, G. (1972). *A theory of play and fantasy. Steps to an ecology of mind.* New York: American Psychiatric Association Research Reports.

Bettetini, G. y Fumagalli, A. (2001). Lo que queda de los medios. Navarra: EUNSA.

Scolari, C. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, 2013

Cabral, M. C. (2015). Agendas de lo juvenil en las radios comunitarias. El desafío de la participación en la agenda informativa. *Actas De Periodismo Y Comunicación, 1 (1)*. Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/2942

Costera-Meijer, I. (2012). Valuable Journalism: A Search for Quality from the Vantage Point of the User. *journalism*, 754-760.

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en Educación Médica, 162-167.

Entman, R. (1993). Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 51-58.

Espinoza, M., Cevallos, N., & Tusev, A. (2017). Changes in media consumption and its impact in modern advertising: a case study of advertising strategies in Ecuador.

INNOVA Research Journal, 2(6), Obtenido de https://doi.org/10.33890/innova.v2.n6.2017.225

Folgueiras, P. (2016). La entrevista. Universitat de Barcelona.

Garcia, A. (2011). Filosofía de la imagen. España: Universidad de Salamanca.

García, F., Portillo, J., Romo, J., & Benito, M. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. Universidad de País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea. Obtenido de http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-318/Garcia.pdf

GK. (22 de Julio de 2020). gk.city. Obtenido de https://gk.city/que-es/

Gómez, E. (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis 8*, 77-98.

Gómez, E., & Ardevol, E. (2013). Ethnography and the field in media (ted) studies: a. *Westminster papers*, 3.

Igarza, R (2009) Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural. - 1a ed. - Buenos Aires: la Crujía.

Jenkins, H. (2007). Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Jiménez, M. (Julio de 2019). Medios de comunicación públicos y responsabilidad social: el ejercicio de la responsabilidad social a favor de los derechos de niños, niñas y adolescentes en el caso de Ecuador TV en el año 201. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador Facultad de Comunicación Social. Obtenido de http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20586/1/T-UCE-0009-CSO-251.pdf

Kozinets, R. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. *Sage Publications*.

LBE. (22 de Julio de 2020). labarraespaciadora.com. Obtenido de https://www.labarraespaciadora.com/quienes-somos/

Leal, J. (2005). La autonomía del sujeto investigador y la metodología de la investigación. Mérida: Universidad de los Andes.

M., M. (1998). *La investigación cualitativa etnográfica en educación.* México: Trillas.

Marqués, P. (2000). La cultura de la sociedad de la información. Aportaciones de las TIC. Barcelona: Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación. Obtenido de http://www.peremarques.net/si.htm

Mejía, M. (3 de junio de 2016). Modelos informativos juveniles en la era de las narrativas y tecnologías. Barcelona: Universitat Autonoma de Barceloina. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2016/169943/TFG_Mejia_Grijalva_Maria.pdf

Milla, A. (2019). Violación de los derechos al honor, intimidad e imagen de los niños, niñas y adolescentes en el periodismo digital del Perú. Caso Perú 21. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de http://200.37.102.150/bitstream/USIL/9617/1/2019_Milla-Tello.pdf

Mingote, J., & Requena, M. (2008). *El malestar de los jóvenes. Contextos, raíces y experiencias.* España: Díaz de Santos. Obtenido de https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479788490.pdf

Morales, C. (2012). Lógicas informativas sobre los niños y jóvenes actores armados del conflicto: Una mediación cuestionada. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60117135/Logicas_informativas_sobre_los_ninos_y_j20190725-7784-4tjeie.pdf?1564095527=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLogicas_informativas_sobre_los_ninos_y_j.pdf&Expires=1593857435&Signature=YD74XOs

Okuda, M., & Gómez, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. Revista Colombiana de Psiquiatría, 118-124.

Oller, M. (2014). The triangle formed by Framing, agenda-setting and metacoverage. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*(7). Obtenido de http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Diser

Orozco, F. R. (2017). Revisión de la teoría del framing: análisis del conflicto sirio en el sistema mediático español. Barcelona.: Universitat de Barcelona.

Ozonas, L., & Pérez, A. (2004). La entrevista semiestructurada. Notas sobre una práctica metodológica desde una perspectiva de género. *La aljaba*, 198 -203.

Pablo Mancini. Hackear el periodismo Manual de laboratorio Prélogo Gumersindo Lafuente Director Adjunto Diario El País. Buenos Aires : La Crujfa, 2011.

Patton, M. (2002). Qualitative research and evaluation methods. Thousand Oaks.

PR Newswire. (2016). Relationships & discoverability: earning more media for your clients. Obtenido de http://e.prnewswire.com/rs/prnewswire/images/SE-CO2.6.3_Relationships_And_Discoverability_Earning_More_Media_For_Your_Clients.pdf

Quintana, A., & Montgomery, W. (2006). Psicología: Tópicos de actualidad. *Metodología de Investigación Científica Cualitativa*. Obtenido de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/2724/1/Metodolog%c3%ada%20de%20investigaci%c3%b3n%20cient%c3%adfica%20cualitativa.pdf

Randy Covington (2006). Myths and Realities of Convergence. Nieman reports: Nieman foundation for journalism at Harvard. Winter 2006.

Rodríguez, A. (2011). Investigación sobre el desarrollo del periodismo móvil en Ecuador, tomando como referencia los diarios Hoy y El Comercio. Quito: Universidad de las Américas.

Romero, L., De Casas Moreno, P., & Torres, A. (2016). Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales. *Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación*, 91 - 100.

Tuchman, G. (1983). La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona. Obtenido de https://summa.upsa.es/pdf.vm?id=0000029113&page=1&search=&lang=es

UNICEF. (2015). *Cómo los medios de comunicación informan sobre niñez y adolescencia*. Obtenido de https://www.unicef.org/panama/media/886/file/Ni%C3%B1ez%20en%20los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n.pdf

Vallejo, R., & Finol, M. (2009). La triangulación como procedimiento de análisis para investigaciones educativas. REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social, 117-133.

Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. Revista Calidad en la Educación Superior, 119-139.

Vásquez, J. (2013). Adultocentrismo y juventud: Aproximaciones foucaulteanas. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, 217 - 234.

Waldenfels. (2011). *Espejo, huella y mirada. Sobre la génesis de la imagen.*

Wambra. (24 de Julio de 2020). wambra.ec. Obtenido de https://wambra.ec/somos/

Weaver, D. (2007). *The american journalist in the 21st century. U.S. News people at the dawn of a new millennium.* New Jersey: Lawrence Erlabaum Associates.

Claudia Oxman, La entrevista de investigación en ciencias sociales, 1998, p. 9.

Martínez M. La investigación cualitativa etnográfica en educación. México: Trillas;1998. p. 65-68

Flick, U. (2004). Introducción a la Investigación Cualitativa. Madrid: Morata