

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

“Análisis del Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima”

Autor:

José Luis Aguilar Quispe

Asesor:

Mg. Mario Castillo Hilario

Línea de Investigación:

PROCESOS COMUNICACIONALES DE LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

2017-I

JURADO CALIFICADOR

PRESIDENTE

Grado:

Nombres y apellidos:

Firma

SECRETARIO

Grado:

Nombres y apellidos:

Firma

VOCAL

Grado:

Nombres y apellidos:

Firma

II

Dedicado al esfuerzo de mis
padres por lograr mi
realización como profesional.

III

En agradecimiento especial a Dios por darme la oportunidad de seguir en esta lucha por la vida. Pero también a cada una de las personas que contribuyeron indirectamente en esta investigación. A Wriessel por motivarme en cada momento, por acompañarme en las madrugadas a la distancia y corregirme cada detalle escrito, a Nico por asesorarme con sus conocimientos y experiencia, a mi asesor Castillo por ayudarme en la transformación de esta investigación.

IV

Declaratoria de autenticidad

Yo, José Luis Junior Aguilar Quispe con DNI N° 71387570, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 13 de julio del 2017

José Luis Junior Aguilar Quispe

Presentación

V

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Análisis del Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huacos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

José Luis Junior Aguilar Quispe

ÍNDICE

VI

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTOS	4
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	5
PRESENTACIÓN	6
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
I. INTRODUCCIÓN	11
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	37
2.1. Formulación del problema	37
2.1.1. Problema General	37
2.1.2. Problema Especifico	37
2.2. Justificación del estudio	38
2.3. Relevancia	40
2.4. Contribución	41
2.5. Objetivos	42
2.5.1. Objetivo General	42
2.5.2. Objetivo Específicos	42
2.6. Supuestos	44
2.6.1. Supuesto General	44
III. MARCO METODOLÓGICO	45
3.1. Metodología	45
3.1.1. Enfoque	45
3.1.2. Tipo de estudio	45
3.1.3. Nivel de investigación	46
3.1.4. Diseño de la investigación	46
3.2. Escenario de estudio	47
3.3. Caracterización de sujetos	48

3.4. Plan de análisis o trayectoria metodológica		49
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.		49
3.6. Rigor científico		51
3.7. Aspectos éticos	52	
IV. RESULTADOS	52	VII
V. DISCUSIÓN		61
VI. CONCLUSIONES		65
VII. RECOMENDACIONES		68
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		70
ANEXO		75

RESUMEN

VIII

La investigación tuvo como problema general ¿Cómo se presenta el Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima?, para lo cual se analizó el contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaycos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima, es preciso indicar que se aplicó una ficha de observación sólo a 55 de 79 transmisiones realizadas en este periodo. Concluida la investigación, se encontró distintas características en las transmisiones realizadas, hallando así, aspectos formales donde no existe presencia del periodista frente a la cámara pero tiene presencia mediante una voz en off, el es encargado de realizar las acciones de informar y entrevistar a ciudadanos o algún experto relacionado al tema, además es responsable de determinar el encuadre, ángulo y movimiento, por lo cual se puede decir que no existe una estética utilización de los códigos del lenguaje audiovisual pero se prioriza la información inmediata. Por otro lado dentro del formato utilizado se resalta el empleo tanto de un lenguaje informal al dirigirse al espectador y formal al dirigirse al entrevistado; también se estructuró la información de forma espiral y tubo un formato de emisión horizontal. Además, se cumple con la utilización de hipertextos para poder redireccionar y complementar la información que se muestra en el audiovisual en vivo. Por último, no se encontró indicios de interactividad del medio hacia su público y el alcance obtenido en cada transmisión, es reflejo del entendimiento y relevancia de la información determinada por las reproducciones del video realizadas por el público.

Palabras claves: Live streaming, contenido digital, multimedia, hipermedia, interactividad.

ABSTRACT

IX The research had as a general problem How is the content of the Facebook Live platform of Peru21 presented during the events of the period of March - April 2017, Lima, during the events of the Huaicos, for which the content of the Facebook Live platform Of Peru21 during the events of the huaycos of the period of March - April 2017, Lima, it is necessary to indicate that an observation sheet was applied only to 55 of 79 transmissions made during this period. After the investigation, different characteristics were found in the transmissions carried out, thus finding formal aspects where the journalist does not exist in front of the camera but has a voice over presence, he is in charge of carrying out the actions of informing and interviewing citizens Or an expert related to the subject, is also responsible for determining the framing, angle and movement, so it can be said that there is no aesthetic use of audiovisual language codes but prioritized the immediate information. On the other hand, within the format used, the use of an informal language is emphasized when addressing the spectator and formal when addressing the interviewee; We also structured the information in a spiral form and tube a horizontal emission format. In addition, it is complied with the use of hypertexts to be able to redirect and complement the information shown in the live audiovisual. Finally, there was no evidence of interactivity of the medium to its audience and the scope obtained in each transmission is a reflection of the understanding and relevance of the information determined by the reproductions of the video made by the public.

Keywords: Live streaming, digital content, multimedia, hypermedia, interactivity.

I. INTRODUCCIÓN

X

El reinado del monopolio informativo de los medios tradicionales de información se ha visto afectado frente al gran avance tecnológico que actualmente vivimos. Con la aparición del internet se abrieron nuevas ventanas informativas, por ello, hoy en día podemos encontrar páginas web, blogs, wikis y redes sociales de forma muy cotidiana. La llegada de estas plataformas virtuales, y el uso continuo de estas, han traído como consecuencia la invención de un nuevo actor con un rol fundamental: los prosumidores. Como describen Toffler y Toffler (citados en Martínez y De Salvador, 2014), en su reciente libro “la revolución de la riqueza”:

Inventamos la palabra prosumidor para designar a quienes creamos bienes, servicios o experiencias para nuestro uso o disfrute, antes que para venderlos o intercambiarlos. Cuando como individuos o colectivos, PROducimos y conSUMIMOS nuestro propio output, estamos presumiendo (p.221)

Partiendo del concepto propuesto por los hermanos Toffler, se asume que en la actualidad, un gran número de personas logra convertirse en prosumidores de forma consciente o inconscientemente, debido a que no solo consumen de la cosecha informativa de las empresas o medios, sino que también producen su propia información, algo que en siglos anteriores ni se imaginaba.

La creación de la web 2.0 ha generado una revolución en el mundo, abriendo puertas para el auge de la sociedad del conocimiento. En la actualidad, ya no existen pretextos para la desinformación: estamos siendo bombardeados de todo tipo de contenido en cualquier plataforma informativa, y al libre acceso de estas en cualquier lugar que se encuentren. Se puede observar desde mensajes publicitarios o periodísticos, hasta contenidos creado por

personas comunes y corrientes, aun dudando de la credibilidad de la información, el cambio en la forma de contar o compartir una historia, acontecimiento o experiencia es notoria.

En este contexto, medios como el diario, la radio o televisión se han visto en la necesidad de utilizar las herramientas que les brinda esta ola de nuevas plataformas virtuales. Tal es el caso de Facebook, que hoy en día se usa para atraer al público que, en su mayoría ya está sumergido en el mundo cibernético, consumiendo información en internet más que en los medios tradicionales. A esto se le suma el fácil acceso a la tecnología; el uso de las laptop, Tablet, Smartphone o teléfonos inteligente han ayudado a expandir el consumo de internet y el contenido informativo que nos brinda.

En nuestro país, según el Gerente central de comercialización y Marketing del Grupo RPP, Iglesias (2017), en su conferencia “El futuro de los medios de comunicación”, indica que en la actualidad el consumidor es el dueño de la programación. Lo sustenta con un ejemplo claro:

Tocando el tema de pura vida, ¿Quién nos impuso a nosotros como medio de información; tener al Gerente General de Gloria, tener al Director de Comunicaciones de Gloria en otra entrevista, tener a Milagros Leiva hablando cuarenta minutos de Gloria y de los Productos lácteos? ¿Quién nos obligó a tener al especialista de leche o de temas químicos en el programas “X”? ¿Quién generó esa necesidad?. fueron ustedes como público.

según lo antes mencionado, en nuestro país los medios de comunicación no cuentan con el poder de decidir que contenido se le muestra al público, ahora las batallas del consumo de información se localizan en internet y el que tienen el poder de elección del campeón, es la audiencia.

El diario, uno de los medios más antiguos y que se ha visto afectado por la realidad antes descrita, cayó en la necesidad de renovar la distribución de

sus contenidos, ahora utiliza plataformas digitales y se introduce en una gran competencia, ya que la gran mayoría de información que se brinda en internet es de forma escrita. Como mencionan Costa, Rodríguez y López (2015), al respecto de la prensa escrita:

La crisis aguda de los últimos años ha empujado a la industria de la prensa a buscar estrategias de difusión renovadas, para lo que se han volcado en la experimentación en todos los soportes, sin abandonar el papel como uno de los ejes de su estrategia informativa y comercial (p.283).

En relación con nuestra realidad, Perú21 es un diario enfocado en brindar información de actualidad, política y económica, cuenta con 208,678 lectores de Lunes a viernes, según Kantar Ibope Media (2016). Contextualizando lo referido por los autores antes mencionados, se puede observar que Perú21 esta renovando la manera en como brindan sus productos informativos, sin dejar de lado su principal fuente de sustento, para ello están incorporando nuevas técnicas informativas en plataforma digital (como Facebook), las cuales llegan a tener 13,96 Millones de paginas vistas en Desktop y 11,91 millones a través de móviles, según Ibope.

Es clara la diferencia de cifras, lo cual estaría llevando a este medio a enfocarse en la producción de contenido digital para conectar con su mayor publico, los jóvenes o nativos digitales.

Para la presente investigación se tomará el espacio comunicativo brindado por la red social Facebook, ya que en la actualidad como indica Abreu (2017) “Facebook es la segunda página web más visitada del mundo. Cuenta con más de 1.600 millones de usuarios activos al mes” (p.38). Y esta realidad en nuestro país no es invidente, tal como afirma el Account Manager de Google, Bustos (2017), “La particularidad que tiene el Perú dentro de la región, es que es el único país en donde Facebook es una competencia real para Google a nivel de inversión”, con esto afirma que en nuestro país, se vive

una lucha por el posicionamiento del mercado entre estas grandes empresas.

Ya hace algún tiempo se ha ido realizando investigaciones sobre estrategias de contenido en redes sociales relacionadas a contenidos multimedia. En este estudio, se tomará como objeto de análisis la recientemente incorporada plataforma Facebook Live, que nos permite mostrar transmisiones audiovisuales en tiempo real. Se ahondará en el uso de esta herramienta incorporada por Perú 21, practicando así, una nueva forma de narrar y mostrar un hecho; resaltando la inmediatez informática que brinda esta tecnología.

Para la investigación cuantitativa que se realizará, se ha tomado como referencia el periodo de marzo – abril del 2017, marco temporal en el cual nuestro país fue golpeado por los huaicos ocasionados por la llega del fenómeno del niño costero, dificultando la comunicación con los afectados y convirtiéndose así, en un gran reto para cubrir la noticia y poner a prueba la inmediatez de la información.

Por estos tiempos en nuestro país, se pudo identificar que la gran mayoría de información que alertaba al público de nuevos desastres, se realizó mediante las redes sociales, en las cuales no necesariamente se consumía información de los grandes medios, si no también de publicaciones realizadas por los propios pobladores afectados.

Tal es el caso de la histórica supervivencia de Evangelina Chamorro Díaz, quien fue tendencia en todas las redes sociales, ya que mediante los videos publicados por distintas personas, se pudo conocer a una mujer que luchó contra la corriente de un huaico, que la arrastró mas de cincuenta metros de distancia, pero aun así, ella pudo sobrevivir.

Sin la ayuda de los teléfonos móviles, esta historia no hubiese generado tanto impacto en poco tiempo, ya que, las principales imágenes de esta

historia fueron captadas por cámaras de un celulares y difundidas mediante las redes sociales.

En consecuencia, se consideró como referencia dos investigaciones nacionales relacionadas al tema. Así, podemos citar a Barturén y Ríos (2014), que en su tesis de licenciatura titulada “Live Streaming y Video On Demand de contenido académico producido en la PUCP” manifiesta que las universidades requieren cada vez más que sus actividades académicas y de investigación sean difundidas a un mayor número de usuarios. Internet nos permite que el intercambio de información sea en tiempo real, lo que facilita que los eventos sean transmitidos en vivo, así como bajo demanda cada vez que el usuario lo solicite. Las tecnologías Streaming siguen evolucionando, adaptándose a los recursos de red y nuevos dispositivos finales, por ello desplegar este tipo de servicios requiere considerar múltiples factores tal como el ancho de banda, consumo de recursos, servidores y protocolos de transmisión, dispositivos de reproducción, entre otros. Esta investigación tuvo como objetivo analizar las diferentes tecnologías de streaming disponibles e implementar una solución que garantice ancho de banda y compatibilidad con la mayor cantidad de dispositivos. Al finalizar concluyó que la transmisión de estos eventos académicos, permitió a los catedráticos difundir información de las actividades de la universidad, que gracias a la organización de la información de los videos, se logró brindar una forma sencilla de búsqueda de contenido.

Además, se concluyó que se debe tomar en consideración la resolución de transmisión, el protocolo de comunicación y los servidores de streaming, los cuales son importes para no tener problemas durante la transmisión, adicional a esto se hace referencia que la utilización de computación distribuida hace el proceso de convertir videos varios videos a las vez, lo cual genera un menor tiempo de publicación de los videos.

Como segunda referencia de investigaciones en nuestro país, se citó la tesis de maestría de Pichihua (2016), en la cual se analiza el uso de Twitter por parte de los periodistas de la agencia andina durante la cobertura

periodística del Mundial de Fútbol 2014 y la recaptura del empresario Belaunde Lossio en 2015, en estos dos casos la noticia fue la más destaca en estos periodos en limas, Perú (referente a temas políticos y deportivos). Se afirma en la investigación que el flujo de trabajo de los periodistas ha cambiado y en estos tiempos, se debe incluir en la producir noticias para plataformas virtuales como Twitter: el hallazgos, la verificación, la presentación de las fuentes de información y las publicaciones de los usuarios. Para determinar las características de la producción de noticias en esta red social, se realizó un análisis de contenido y ha una serie de entrevistas tanto a periodista de Agencia Andina, como a especialistas en redes sociales, para lograr determinar buenas practicas. Al concluir la investigación se confirmó que la Agencia Andina recurre al uso de la red para informar noticias de último minuto, utilizando fuentes oficiales. Así mismo, se concluye indicando que la producción de noticias aumentará, en medida que se aumente la variedad de fuente informativas en la red.

Además, para ser más precisos con relación al tema de investigación, se encontraron y se tomaron como referencia dos investigaciones internacionales, ya que en la actualidad hay una escasa información en nuestro país.

Por lo cual, se toma de referencia la investigación de Ortells (2016), profesor de ciencias Comunicación en Universitat Jaume I (UJI), España. El realizó un Artículo de investigación que lleva como título “Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez“, en la cual manifiesta que el uso del video como narración de la realidad o como narración de noticias, ya no es solo utilizado por la televisión, ya que en la actualidad con el uso de la tecnología del ciberespacio, las barreras se rompen y ahora, los medios escritos tiene la posibilidad de narrar noticias con inmediatez, tan igual como la radio o la Tv. Para esta investigación, se realiza el análisis de la utilización de la producción de videos propia, tomando como objeto de estudio al diario The Guardian en sus plataformas digitales, durante la cobertura del Referéndum

en Escocia. El objetivo de esta investigación era determinar las características de este tipo de producción exclusiva, teniendo un metodología de análisis cuantitativa para busca analizar los artículos como los diversos Live Blog que fueron publicados en la sección Scottish Independent Blog durante la semana de celebración del referéndum. Al finalizar, obtuvo como resultados que los principales videos producidos para los artículos presentan mayor calidad y estética, que a diferencia de los producidos para los Live Blog, ya que en esta prima la inmediatez de la información dejando de lado calidad visual del contenido.

Como segunda referencia, pero no menos importante, se recogió conocimientos del Artículo científico de Mancebo (2016), la cual esta titulada como “Innovación en formatos audiovisuales. El uso de herramientas de live streaming en Antena 3 y Univision”. Hace referencia a que los medios de comunicación, con la ayuda de la tecnología, se encuentran en la búsqueda de innovar en las formas de informar a su nueva audiencia. Crecientemente, los videos en directo a través de los medios digitales, son técnica y herramienta que se estarían incorporando para informar, cubriendo así, las expectativas de la audiencia. La tradicional forma de comunicación, emisor – receptor, en la actualidad, ha sufrido un cambio ya que las audiencias no solo tienen la necesidad de informase, sino también, el de interactuar y participar con el periodismo. Esto se ve reflejado con el elevado consumo de videos online en directo y en modo futurista, se precisa que para el año 2018, su consumo copará un 79% del tráfico cibernético, según cisco. Por otro lado, toda esta tendencia es impulsada por el consolidado consumo de información a través de los dispositivos móviles. El objetivo que se plantea en esta investigación, consiste en conocer cómo algunos medios audiovisuales están innovando en el empleo de herramientas de live streaming. Por ello, el estudio parte de la observación de la producción de dos canales televisivos que usan vídeo en vivo, Univision y Antena 3 Noticias. Se aplicó un análisis comparativo para examinar el formato, los contenidos y las estrategias de producción de dos canales televisivos que usaban dos de las herramientas más populares: Facebook y Periscope. Se

empleó una metodología cualitativa, por lo tanto, se realizó una serie de entrevistas a periodistas y expertos en el tema. Adicionalmente, se tomó como referencia las jornadas de periodismo de la Universidad Miguel Hernández y el Congreso ISOJ. Para concluir, se determinó que el Live Streaming incorpora diferentes formatos de video, nuevas narrativas nativas de la red; la verticalidad se consolida como tendencia requiriendo un periodista con perfil más audiovisual.

En modo de síntesis de la información antes recolectada, se pudo afirmar que en la actualidad, el mundo está interconectado. Las redes sociales han generado un impacto en las comunicaciones, modificando la manera en cómo se produce la información, producto de la mutación del hábito de consumo de las audiencias, pero además, se hace referencia de la importancia de conocimiento de uso de la tecnología.

Para sustentar estos cambios, es necesaria que la investigación se base en algunas teorías ya existentes, para lo cual, en primera instancia se planteó la "Teoría de la aldea global".

Acuñado a fines de los 60 e inicio de los 70 por Herbert Marshall McLuhan. El término aldea global hace referencia a la interconexión de las personas a escalas mundiales mediante el uso de los medios de comunicación. Este planteamiento teórico nos indica que en todo el mundo se generaría un cambio en relación al crecimiento y velocidad de las comunicaciones, se indica que gracias a ello, las personas se introducirían en una aldea virtual, en donde ellos comenzarían a interactuar, conocerse y comunicarse de manera instantáneas.

Como indica McLuhan (citado en Colina, S.F.):

McLuhan escribe una historia formal y general de las civilizaciones a partir de la evolución de los medios y técnicas de la comunicación. Esta historia se ordena sobre una tipología binaria que articula tres grandes fases "históricas": I. Culturas Tribales: medios cool. II. Galaxia

Gutenberg (Literacy): medios hot. III. Edad Eléctrica (Aldea Global): medios cool.

Estas faces se pueden definir como etapas por las cuales el hombre ha evolucionado en su comunicación. Es así que tenemos la fase Culturas Tribales, la cual describe el inicio de la humanidad, en la cual, los hombres Vivian en pequeñas comunidades en la cuales podían comunicarse y compartir con otros seres humanos.

Como segunda fase, la Galaxia de Gutenberg nos describe la revolución que trajo la imprenta, por la cual la manera de comunicarse mediante la escritura, logró una estructura para el mejor entendimiento del mensaje. Por último, la Edad Eléctrica, que es el periodo en el que estaríamos viviendo gracias a la aparición de la teología cibernética y los nuevos medios de comunicación.

Referente a esta última fase Ayala (2012), menciona que:

En una entrevista televisada en los años '60, McLuhan afirma que la aldea global es un mundo en el cual no necesariamente tienes armonía. Tienes extrema preocupación por los asuntos de los demás y mucho compromiso con la vida de los otros (p.13).

Es así que, se describe un poco la realidad de las comunicaciones actuales y el cambio en la conducta de las personas. Ahora vivimos rodeado de toda clase de información producidas por los propios miembros de esta comunidad, motivado por la inmensa necesidad de información alrededor del mundo y los antiguos medios, han aprovechado esta situación para introducirse en la aldeas.

Es importante hacer referencia que en el tiempo en que se presentó esta teoría, no se logró comprender a lo que se refería el autor. Como menciona Jofré (citado en Ayala, 2012), sobre el canadiense:

En una entrevista concedida en 1979, poco tiempo antes de su deceso, afirma lo siguiente: Ahora todos vivimos en este mundo irracional, instantáneo, inmediato. Yo llamé a esto antes la aldea global, pero la gente pensó que esto era un ideal, que yo estaba imaginando una situación ideal. En realidad, una aldea no es una cosa ideal, porque la gente sabe demasiado acerca de los demás. No hay privacidad, no hay identidad. En la aldea global eléctrica la gente sabe demasiado, y ya no hay lugar donde esconderse (p.13).

Los autores hacen referencia a una de la característica de la comunicación en el ciberespacio. En la cual todo el mundo está conectado, compartiendo y consumiendo todo tipo de información, e interactuando en tiempo real en esta enorme aldea global.

Es en esta aldea es donde hace su aparición “La sociedad de la información”, la cual es una teoría que describe los cambios comunicacionales que a producido la aparición de la tecnología a finales del ciclo XX y como indica Torres (2005), el termino fue propuesto por Daniel Bell, en el año de 1973, es su libro El advenimiento de la sociedad post-industrial, el cual hace referencia a una sociedad con conocimientos teóricos. Además, resalta que la producción de información llegaría a ser un eje de las nuevas economías, ya que esta sociedad tendría necesidades de informativas.

Además al término sociedad de la información según Bericat (1996), se hace referencia a un cambio en el desarrollo de la sociedad contemporánea, el cual seguirá avanzando en la medida en que se adapten al uso de la tecnología del mundo virtual. Pero además hace referencia que no solo las personas deben adaptar a este cambio. Los medios de información también tendrían que adaptarse:

Llegado a este caso, aun sin desaparecer, todas las modalidades de comunicación e información precedentes habrán de subsumirse al nuevo paradigma infocomunicativo, del mismo modo que el “caminar” en la

civilización del automóvil, sin desaparecer del todo, se ha tenido que acoplar o adaptar al paradigma de movilidad mecánica vigente (p.111).

Por otro lado uno de los investigadores más importantes de esta teoría es Manuel Castells (citado en Torres, 2005), menciona que:

El término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico (p.3)

Deduciendo de lo planteado por los autores, se puede indicar que esta teoría hace referencia de la sociedad en la que estamos viviendo, donde las personas al estar conectadas e introducidas en una aldea global, son productores de conocimiento, los cuales están en constante alimentación de esta inteligencia colectiva, pero además están en constante consumo de información que gracias a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se va expandiendo constantemente. En este panorama los medios tradicionales comienzan a introducirse, ya que encuentran en estos nuevos medios su renovación o convergencia gracias al crecimiento tecnológico y la facilidad del acceso a la información que tiene el público.

Lo antes planteado se vio reflejado en esta investigación. Se inca que los medios tradicionales se deben de adecuar a las nuevas forma de producción de información que brindan las TIC. Ya que estas le generarían alguna característica a su forma de producción informática. En la actualidad ya no dependemos de medio estáticos como la televisión, por la cual se podía informar a través de un televisor en la casa. Actualmente gracias a las TIC, podemos consumir información en cualquier lugar, adaptándose a los nuevos comportamientos de la sociedad, la cual, está en conste movimiento, cuenta con poco tiempo y les es atractiva la información de último minuto.

En consecuencia con el tema de investigación, el análisis del contenido de la plataforma Facebook Live está sustentado en las teorías antes planteadas, pero además, es necesario el conocimiento de algunos términos para lograr comprender esta nueva herramienta para informar a la audiencia. Es así que definimos la variable empleada y las dimensiones que se pudieron determinar al indagar en el tema.

En la presente investigación se usa como variable el Contenido de la plataforma Facebook Live, para lo cual, se debió tomar como referencia la siguiente definición. El contenido es un conjunto de datos o características que puede poseer un objeto, texto, imagen, plataforma, audio, etc. y está ligada directamente a la información que nos transmite o muestra.

Rodríguez, Baños, y Arroyo (2011), quienes nos plantean que el contenido se puede definir como “los elementos del mensaje directamente relacionados con sus aspectos informativos y motivacionales” (p.335), lo cual pone en manifiesto que el contenido, es un conjunto de elementos que se puede encontrar al analizar el medio de transmisión, donde nos permite determinar distintas características para comprender este fenómeno comunicacional.

Partiendo de la base informativa, Monsalve (2003), menciona que: “el proceso de la comunicación parte de una fuente de información. Se puede decir entonces, en primer lugar, que la información es el contenido que se halla en la fuente de donde se generará el mensaje o los mensajes (p.49). Esto indica que en el contenido se puede encontrar un conjunto de mensajes que serán transmitidos de emisor a receptor, produciendo un proceso informativo.

Además, toda información es obtenida gracias a un proceso intelectual, en el cual se planteamos un conjunto de ideas o datos que se puede recolectar a través del aprendizaje o experiencias, para ello, el contenido como indica

Lacalle (S.F.), “es, cómo se estructura formalmente nuestro conocimiento. Lo Se lleva a cabo situándolo en papel, en una película, en una fotografía, en la web” (párr. 4).

Reforzando la idea sobre contenido, Pérez y Gardey (2010), indica que:

El contenido también es la información que presenta una obra o publicación. En este caso, los contenidos están compuestos por distintos datos y temas: “Esta película tiene un contenido violento y sexista”, “No quiero que mi hijo lea libros de contenido adulto”, “La Critica alabó la belleza de las imágenes, pero sostuvo que el contenido es pobre y previsible” (párr. 2).

El contenido se presenta como un conjunto de información que atrae al público, generando un espacio en donde se puede interconectar a la audiencia, como lo menciona Iglesias (2017), los medios de comunicación en nuestro país tienen la necesidad de conectar a la gente, para ello lo más importante son los contenidos, ya que mediante los mensajes que se brinda se llega a unir a un grupo de personas, además indica que “los medios, la internet y todo, nos lleva al contenido, el contenido es lo relevante, el contenido es lo que importa; no importa el medio, no importa el canal, no importa el vehículo. Importa el contenido.

Es claro que sin un buen contenido, los medios no logran atraer a una audiencia, ya sea contenido de entretenimiento o de información, este tiene que tener relevancia en el contexto en el cual esta viviendo el público. Para lograr estos objetivos como indica Iglesias (2017), las empresas de información se están basándose en la analítica de la web para identificar que palabras son más buscadas en internet, lo que les ayuda a generar el contenido preciso que la audiencia esta buscando, el refiere que:

Las personas al utilizar estas plataformas, nos están dando información del tipo de contenido de su agrado, todo eso lo podemos saber con la ayuda de un motor de búsquedas o un robot. Y para que nos sirva esto,

para poderlos contactar, para poder llegar a ustedes con el contenido que ustedes quieren, que ustedes necesiten.

Es así que el Grupo RPP mantiene e incrementa su audiencia en la actualidad, encontrando el contenido preciso para conectar con su público. Aunque no se pudo encontrar información directa de algún representante del medio en investigación, sabemos que el Grupo el Comercio al cual pertenece la marca Perú21, ha formado una asociación con el Grupo inicialmente mencionado. Lo cual es un indicio para determinar que Perú21 estaría adoptando al unas estrategias similares para conseguir la adaptación de este medio.

Es inevitable a estas alturas de la investigación, relacionar la definición de contenido con los avances tecnológicos y la creación de la red, para ello, se debe hacer referencia al contenido digital. Como hemos podido identificar, el mundo digital conllevó a una reestructuración en los medios masivos, se tuvo que desechar lo análogo para implementar nuevas herramientas que soporten esta tecnología. La acción implicó una mayor inversión económica y la implementación de nuevas estrategias de comunicación.

Como nos indica Roca (S.F.):

La transformación hacia el universo digital que tiene lugar en los medios de comunicación desde hace años está cambiando profundamente sus actividades y su negocio. De unos medios totalmente analógicos, como la prensa escrita, la radio o la televisión, se ha pasado a una multiplicidad de media, en los que conceptos como digital, movilidad o banda ancha permiten unas nuevas y revolucionarias posibilidades (párr.1).

Todo en el mundo pasó a ser una combinación de 0 y 1, tan igual como lo muestra la famosa película matrix. Los códigos binarios tomaron posesión de las cosas y las convirtieron en números, para que a través de un ordenador podamos visualizar, manipular y crear contenidos digitales. Pero

lo que aún no podemos codificar son objetos materiales o a seres humanos, como lo muestra la película antes mencionada.

El contenido digital está conformado por datos o información digitalizada, creada con el único fin de ser de fácil acceso y fácil permutación, para facilitar el intercambio cultural y el crecimiento económico de las personas usuarias de la tecnología.

Entonces, se podría indicar que los contenidos digitales están conformados por textos, imágenes, videos y sonidos, que se puede reproducir, leer, visualizar, crear o modificar a través de un ordenador. En el Programa EVA (2008) indican que “Los contenidos digitales, por definición, son aquellos contenidos que han sufrido algún tipo de digitalización, ya sea esta de bajo nivel (ej. Formato pdf) o de alto nivel (ej. Formato Flash). (p,73).

Adicionalmente Roca (S.F.) nos define al contenido digital e indica que:

Básicamente se trata de información que se almacena en formato electrónico y que se puede copiar, transmitir y utilizar mediante redes de telecomunicación y herramientas TIC. El formato de esos contenidos digitales puede ser muy amplio: imágenes, vídeos, audios, textos, software, aplicaciones, videojuegos, portales, blogs, redes sociales, etc (párr. 2).

Como menciona el autor, en la actualidad se encuentran una gran variedad de formatos digitales, son tantos que los usuarios se han convertido en expertos discriminadores de información, ya que esencialmente solo buscan información cautivadora y de su interés, es por ello que en la actualidad los creadores de contenido digital tienen que utilizar ciertas características y sobretodo mucha creatividad.

Para el Grupo RPP, según Iglesias (2017), indica que “Nosotros como medio, sabemos que nos tenemos que ir a lo digital; ya lo somos, tenemos

portales, tenemos información digital, pero tenemos que ser mas digitales y tenemos que pensar en lo digital desde la concepción”. Un dato curioso es que los medios en nuestro país, están utilizando lo digital para experimentar con los contenidos, se genera información digital respaldada por estadísticas y si esta atrae al publico, recién se puede pasar ese contenido a los medios masivos.

Lo que están haciendo los medios en el Perú, es probar primero los contenidos en las plataformas digitales, para luego desviar al publico hacia otros medios. Ya no se produce directamente para la radio, tv o diario, ya que los presupuesto son muy elevados y los resultados estadísticos del consumo tardan mucho tiempo en llegar, a diferencia del mundo digital en cual se puede monitorear el alcance la información en tiempo real.

Los productores de contenido digital tienen como obligación estar siempre actualizados e informados, para así identificar el interés del público y atraerlos con contenidos llamativos, en consecuencia, esto conllevará a captar la atención del usuario y fidelizar su marca. Existen algunas características que pueden ayudar a mejorar el contenido digital, en las cuales Camus (2009), hace referencia:

Hay aspectos que son exclusivos de los medios de información basados en Internet, tales como la interactividad, la actualización o la permanente incorporación de elementos multimedia. Por eso es que para crear contenidos orientados a esta plataforma, sea necesario realizar esfuerzos diferentes respecto de lo que se hace para otros medios (p. 15).

Estas son algunas de las características de los contenidos digitales, que sin bien es cierto, a diferencia de cómo se produce en otros medios, se tiene que tener mucha creatividad para presentar un contenido al público. Es así, que los medios masivos han optado por introducirse en este mundo, ya que la gran mayoría de su público está conectado a internet, tal y como lo afirma

Roca (S.F.), “Estos consumen en una proporción alta, y cada vez mayor, algún tipo de contenido digital a través de Internet, destacando la participación en redes sociales, la escucha de música o radios a través de la Red o el visionado de películas y series” (párr. 3).

Al indagar en contenidos digitales, sin dudar encontraremos la aparición de la hipermedia que según Lamarca (2013), es la suma de hipertexto y multimedia; Es un espacio no real en el cual, se usa un red hipertextual adherida a un entorno multimedia: audio, visual, imágenes y gráficos.

Afinando lo mencionado, podemos citar a Naranjo (S.F), quien menciona que: “En el campo de la comunicación digital se usa el término “hipermedia” para expresar la unión entre ambos conceptos: el hipertexto y la multimedia” (p.103). La hipermedia llega a ser una forma en cómo se puede organizar información visual, textual y sonora, a través de nodos y enlaces, creados en un soporte virtual u Online, y su principal sistema de distribuciones la World Wide Wed.

En la actualidad estos términos (hipermedia, hipertexto y multimedia) cuentan con algunas características similares y puede que su definición sea confusa; algunas veces al nombrar uno de estos términos, automáticamente lo relacionamos a los dos restantes. En concreto, es claro que hipermedia es la conjunción de hipertexto multimedia, estos comparten usos y características, pero adicionadas a un conjunto de propiedades únicas.

Indagando en la relación con las comunicaciones, Regil (2005), manifiesta que: “El hipermedia es producto del desarrollo de la informática y de la vinculación de ésta con los medios audiovisuales y de comunicación” (p.4). La tecnología y la incorporación de algunas características de los medios masivos, fueron productores de la hipermedia, la cual se a caracterizada por ser relacional y multimedia. Pero Prat (2006), aclara que: “El entorno cibernético no produce un medio de comunicación, sino un buen número de ellos, cada uno con características propias” (p.16).Esto permite simular

nuestra habitual forma de expresión y pensamiento, logrando una interacción más amigable entre el público y los medios.

Además, debe quedar claro según Zapata (2005), que no podemos pensar en la hipermedia como si fuera un producto ya que, por lo contrario, es un conjunto de procedimientos que constantemente están en movimientos.

Disgregando la hipermedia, se vio la necesidad de definir el término Hipertexto, se tomó como referencia a la visión McLuhan, la cual nos indica que los medios son la extensión del hombre, y que internet sería la extensión del sistema nervioso central. El hipertexto, al enlazar distintos tipos de contenidos en internet, es la extensión de los conocimientos que estarían almacenados en nuestra mente, la cual desarrolla una inteligencia colectiva, donde miles de personas alimentan el conocimiento a través de la hipertextualidad.

La tecnología ha logrado que el hipertexto se desarrolle, Nelson (citado en La marca, 2013), da origen al término en 1965, el lo define como una manera de describir una red semántica de conocimientos. Curiosamente en esa época, los sistemas informáticos necesarios para su utilización solo podían llegar a su alcance tras varios años de espera.

El hipertexto en definición como indica Cornejo (2017), es un medio que enlaza información digitalizada usando la palabra escrita, conformando conexiones que algunas veces puede ser multimedia, estas a la vez crean una red llamada internet. Lardone (2007), también manifiesta que: “Vivimos momentos de cambios vertiginosos, tal vez los más rápidos percibidos en la historia de la humanidad, donde el hipertexto aparece como lenguaje por excelencia de Internet, pero que también va mucho más allá...(p.3) y es así que a través de este lenguaje se produce la comunicación en internet, es por ellos que Naranjo (2010), indica que la hipertextualidad clasifica usando el texto, el cual lo entendemos como una actualización comunicativa de códigos o estructuras de significación.

Diferenciando al hipertexto, según Marshall McLuhan (citado en Cornejo, 2017), los medios tradicionales llegan a ser moldeadores de la conciencia de los usuarios, pero la hipertextualidad es el medio que ha incluido al usuario como parte del creador de la conciencia y sin su participación este medio no tendría razón de su existencia, ya que como indica Cornejo (2017), sin su intervención activa, constante, permanente y envolvente, no existiría el hipertexto.

Conformando al hipertexto encontramos dos tipos, los nodos y los enlaces. Los nodos vendrían a ser la unidad mínima en la cual se puede almacenar información, ya sean textos, videos, audios, gráficos e información en general. Asimismo, se le brinda al usuario la facilidad de navegación en la red, gracias a la ayuda del hipertexto.

Estas unidades de almacenamiento según Cantos, Martínez y Moya (1994), se pueden clasificar en distintos tipos de nodos, de los cuales, solo se toma como referencia a los nodos semiestructurados, ya que llegarían a ser una especie de pizarra limpia, donde los usuarios tienen la opción de participar de la creación del conocimiento. Estos espacios pueden colocar opiniones, descripción del uso del hipertexto, contribuir con algunos conocimientos que refiera al tema, o incluso modificar la información que se brinda. De esta manera se contribuye con una de las principales características de la creación de la hipertextualidad.

Los enlaces son la base del funcionamiento del hipertexto, esto permite conectar distas ventanas de conocimiento, en la cuales, los usuarios pueden navegar en la búsqueda de la información requerida.

En definición de lo que es un enlace, Albors, Palacio y García (2011), mencionan que también pueden ser llamados hiperenlace o link, los cuales permiten al usuario “saltar” de una página a otra siempre y cuando estén relacionadas a ella, todo esto, tan solo con presionar un botón o clickear en

el enlace. Además, mencionan que “un enlace hipertexto puede ser una palabra, un grupo de palabras, un dibujo, una foto, etc” (p.128).

Dejando de lado la parte hipertextual, entramos la necesidad de definir a La multimedia, como lo define Zapata (2005), es una forma de relatar un historia o información digital, utilizando el leguajes textual, visual, sonoro y audiovisual. Estos son almacenados en nodos que están la red, pero no solo ahí, también se pueden guardas en discos compactos y memorias internas o externas, ya que su creación y principal forma de consumo se realiza mediante un ordenador.

Como indica Camus (2009), la multimedia “Por el hecho de residir en computadores, este tipo de contenidos tiene la facilidad de permitir la inclusión de medios múltiples de manera simultánea, destacando particularmente los audiovisuales” (p.18). El autor se refiere que la multimedia es la inclusión de varios medios donde la información textual puede estar incluida y reforzada por audios, videos, imágenes y gráficos interactivos, dando el pase para que el usuario haga uso de la información de acuerdo a sus necesidades.

Para la presente investigación, solo se ha tomado como referencia entre todos los multimedios, al audiovisual, el cual se puede definir como un conjunto de imágenes que presentan acciones continuas, que asimismo contiene audio, el cual, mediante la oralidad o musicalización, refuerzan el mensaje que se transmite mediante este medio.

El término audiovisual como arte, se empezó a utilizar tras la aparición del cine sonoro en los años 30, pero es aún en los años 50 que en Francia se empieza a realizar teorías sobre este medio como referencia de una técnica de difusión simultánea (audio y video). El concepto audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje. La forma de consumo del mensaje a través de los audiovisuales, es de manera simultánea.

Como antes se mencionó, los productos audiovisuales forman parte de los contenidos multimedia, aunque se debe hacer referencia a que, cuando se creó esta forma de comunicar, nunca se imaginó que llegaría a formar parte de lo multimedial, su transformación de uso se debe gracias a la convergencia de los medios, los cuales se ven en la necesidad de adaptarse a la aldea global.

En base a lo anteriormente mencionado, Camus (2009), sustenta que una de las características más relevantes de los espacios digitales es la multimedia, que a la vez tiene como principal medio el uso del audio y video, y lo recomienda, ya que suma a la experiencia que puede tener el usuario cuando consumen contenidos digitales.

Además, es necesario mencionar que este medio ha logrado su desarrollo gracias a la tecnología, que ha permitido un mayor ancho de banda, posibilitando una fluidez de transferencia más sofisticada de archivos audiovisuales.

El proceso de la creación audiovisual implica la utilización de un lenguaje, para lo cual se toma como referencia la investigación de García, Baños y Arroyo (2011), quienes plantean un diseño metodológico para el análisis de los mensajes audiovisuales que son difundidos mediante las redes sociales, además, se toma como referencia la investigación Ortells (2016), la cual analiza la producción de videos en la prensa digital

Para definir los aspectos formales, citamos a Arroyo, Baños y García (2011), quienes indican que:

Por variables formales entendemos aquellos aspectos derivados de las estrategias de construcción de un discurso audiovisual, es decir, todos los aspectos que configuran la presencia física que adoptan los diferentes elementos constitutivos del mensaje. (p.15).

Aunque en la presente investigación se tome a los aspectos formales como una dimensión, se tomará la base teórica antes mencionada para poder analizar la forma visual o audiovisual de las transmisiones, para identificar elementos que puedan contener los mensajes transmitidos

Como mencionan en su investigación Arroyo, Baños y García (2011), existen elementos que conforman los aspectos formales, tales como:

- **Elementos Narrativos:**

Se dividen en personaje (quien ejecuta la acción o vive el acontecimiento, reportero o entrevistado), la acción (la definimos como lo que le sucede al personaje) y el Espacio (es el escenario en donde se realiza la acción).

- **Contexto Sonoro**

Como Voz o voces, música, ruido y silencio. Aporta realismo a la imagen. Logra fluidez narrativa, encadenando elipsis, cambios de lugar, etc. Expande el espacio narrativo fuera de los límites de la pantalla. Puede afectar emocionalmente al espectador.

- **Tipo de Plano dominante**

Dentro de este análisis encontramos a los planos, el cual captura parte de la realidad mediante a cámara.

- **Movimiento**

Es la movilidad que se le da a la cámara para poder variar de planos según considere su importancia.

- **Angulo**

Nos indica el lugar o la pasión de donde se logró capturar la imagen.

El formato se tomó como un dimensión en referencia a la investigación de Mancebo (2016), además, se han añadió algunas otras característica identificadas por el autor, y omitido algunas otras para la adecuación de la investigación.

Es preciso mencionar que, en dicha investigación, Mancebo (2016), indica que “En este apartado se presenta, desde el punto de vista periodístico, qué formatos, nuevas narrativas, lenguajes y tono presentan en general las herramientas de live Streaming” (p.3).

- **Temática**

Se hace referencia al tema que se trata en la transmisión (políticos, sociales, económicos, culturales, climáticos, etc)

- **Estructura**

Es la forma estructural de cómo se presenta la noticia o el acontecimiento. En la investigación de Mancebo (2016), se hace referencia de dos estructuras, la pirámide invertida y la espira. En la piramidal se presenta la información de más o menos importancia, y en la Espiral según Marcaletti (citado en Mancebo, 2016), indica que “sin perder de vista la estructura de principio, medio y fin, Mariana Marcaletti propone un tratamiento de espiral, parecida a los recursos narrativos de la radio, circular, repetitivo y reiterado” (p.341), lo cual ayudaría al usuario a entender lo que se está informando, ya que este puede conectarse a las transmisión y no perderse la parte más importante del mensaje.

- **Formato de emisión**

Es la forma en cómo se coloca la cámara para poder captar la imagen, no existe un criterio único, se usa el criterio del periodista el cual puede captar las imágenes de manera horizontal, vertical y ambos formatos

- **Duración**

Es el tiempo que dura una transmisión.

- **Lenguaje**

Nuevamente citando la investigación de Mancebo (2016), indica que, en el lenguaje que se utiliza para comunicarse con el público, puede ser formal (usted) o informal (tu).

Por otro lado definimos otra de las dimensiones planteadas. La interactividad es una de las características de los contenidos digitales, y es la principal diferencia que tiene en comparación con los medios informativos, produciendo un acercamiento comunicacional del público, rompiendo la linealidad al informar. Lo que genera es un proceso comunicativo real, invirtiendo las funciones, el público como emisor y el medio como receptor, entre ellos se conmutan las funciones

Como nos menciona Rost (2006) la interactividad en el proceso de su definición se relaciona con el sustantivo Interacción y con el adjetivo interactivo, el autor nos indica que:

La inter-acción designa ese espacio de relación dialógica que existe entre o en medio de dos personas u objetos. La interacción implica reciprocidad, es decir que en sentido estricto es una acción o un intercambio comunicativo de una persona o cosa hacia la otra y viceversa (p.196).

Es así que los medios informativos tradicionales, han incluido a la interactividad entre sus características para informar, escuchando al público

para poder responder sus interrogante, logrando lo que nunca antes se pudo, con los medios tradicionales, solo se alcanzó tener una comunicación directa. Rost (2006) señala:

Sea como fuere, antes que imaginar una ruptura abrupta entre una supuesta era de medios no interactivos y otra era de medios interactivos parece más propicio referirnos a una evolución continua de los medios hacia un mayor grado de interactividad, potenciada en los últimos años por las nuevas tecnologías (p.174).

De esta manera, se puede indicar que los medios masivos estarían adecuándose a las nuevas tecnologías, logrando así, una aproximación a sus audiencias. Por ello, las redes sociales, se encuentran entre las principales herramientas que han usado los medios para generar interactividad con su público.

En el proceso de la Interactividad Rost (2006) nos menciona que existe dos tipos de interactividad: la selectiva y la comunicativa, y para la presente investigación se las definirá tomando como ejemplo la red social Facebook.

En la interacción selectiva, el público pregunta u opina y en respuesta solo recibe unos mensajes automáticos del sistema. Además, en la selectiva el público tiene la capacidad de seleccionar el contenido que desea ver, pero no está permitido la modificación del contenido.

Para esta investigación, se considera como una interacción selectiva, a la opción de reacción de Facebook, ya que, mediante una serie de iconos, permite al usuario una reacción emotiva, tal y como son los “Me gusta”

La interactividad comunicativa, es la más utilizada por los medios, ya que les posibilita una comunicación con su público, tal como indica Rost (2006) “Las posibilidades de expresión y comunicación aluden a los espacios que abre el medio para que el lector emita opiniones y pueda realizar intercambios

dialógicos con otros individuos (periodistas, personajes de la actualidad, otros lectores) “. (p.196)

En la presente investigación se toma como interactividad comunicativa, a los comentarios que puedan generar la audiencia (opinión o pregunta), a las respuestas de los medios como proceso comunicativo con su público (las respuestas en vivo o respuestas del medio mediante comentarios) y a la acción de compartir la información del público.

Como ultima dimensión, definía alcance como la información estadística que nos brinda las distintas redes sociales, la cuales datean sobre la cantidad de personas que han visualizado una publicación. Como indica Ortells (2016), el alcance es “una de las herramientas que permiten testar en tiempo real el alcance de las publicaciones, está relacionada con el uso de las redes sociales por parte de la audiencia” (p.10).

La información numérica generalmente se presenta en la parte inferior de las publicaciones, la cual puede ser vista por sus seguidores. Además, Facebook brinda a los administradores de la Fanpage información más segmentada de su público, lo que le ayudaría a definir, por ejemplo: la hora en que su audiencia está conectada a la red, o la ubicación geográfica de su público, entre otros segmentos que le servirían de asistencia.

El Streaming, es la trasmisión de contenido basado en audio o video, pero también de documentos que son enviados de un punto hacia varios receptores, que además, satisfacen la necesidad de información sobre un tema específico y de interés colectivo. streaming a la capacidad de distribuir contenidos multimedia a través de una red digital, con la característica especial de permitir el acceso a estos contenidos según se requiera, sin necesidad de descargarlos previamente.

A diferencia de otras plataformas multimedia, el streaming solo se encarga de la transmisión fragmentada de datos, esto quiere decir que las imágenes o audio, no llegan a ocupar un espacio de almacenamiento. A los consumidores solo les llega los datos necesarios para visualizar lo que ocurre en un momento determinado y una vez consumida la información, estos datos son desechados.

II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Formulación del problema

2.1.1. Problema General

¿Cómo se presenta el Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima?

2.1.2. Problema Especifico

- ¿Cómo se presenta los aspectos formales de videos en la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima?

- ¿Cómo se presenta el formato en la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima?

- ¿Cómo se presenta el Hipertexto en la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima?
- ¿Cómo se presenta la interactividad en la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima?
- ¿Qué representa el alcance de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima?

2.2. Justificación del estudio

La presente investigación tomamos con referencia a McLuhan quien menciona que estamos viviendo en una aldea global, la cual se forma con la aparición del ciberespacio, en los cuales todo el mundo está conectado a una red mundial, que nos permite a través de los ordenadores consumir información o producirla.

Los grandes medios de información han podido observar en las últimas décadas, el crecimiento del consumo de información en las redes sociales, es por eso que han comenzado a incorporarse a esta aldea. La audiencia está migrando su tención a internet, un medio de comunicación que gracias a sus carteristas, comenzó a ganar más audiencia con necesidad informativa, pero además con necesidad de trasmitir sus propios pensamientos.

Esta convergencia de los medios masivos, ha sido motivación de varias investigaciones, las cuales se han centrado en el uso que le dan los medios a las redes sociales. Y en la actualidad se podría decir que al pasar el tiempo estas redes tienden a modificarse e incluyen nuevas plataformas, que innovan en la creación de información, contenido o publicación.

Es así que la presente investigación busca un análisis de la plataforma Live Streaming, como una nueva herramienta informativa, ya que al ser multimedia podría generar una mayor atracción al público, que como McLuhan lo manifiesta, los medios son extensión de nuestro cuerpo, entonces contextualizando esta plataforma, sería la extensión de los ojos de la audiencia quienes podrían observar aconteciendo en tiempo real sin estar físicamente en el lugar de los hechos.

Como indica Arango (2009) que:

El nuevo medio es un sistema multi-pluri direccional a manera de telaraña. Podría afirmarse entonces que existe ahora un mega medio o hipermedia con componentes de los medios tradicionales y medios de nuevas tecnologías. Tenemos ahora una nueva manera de producir y una nueva manera de recibir (p.2).

Es así que hemos podido darnos cuenta que el Live streaming se estaría convirtiendo en un nuevo medio de comunicación. Es tanto el impacto que ha ocasionado, que hasta la gigantesca red social Facebook ha incorporado a su plataforma una aplicación para que sus usuarios puedan transmitir, en tiempo real, cualquier tipo información. Y es que el bajo costo de producción vendría a estimular el crecimiento de este canal de envío.

Es por este motivo que se realiza esta investigación, ya que en la actualidad estaríamos presenciando este impacto ocasionado por el Facebook Live (video en vivo), el cual ha motivado a distas empresas informativa en incluir contenido a esta plataformas.

Como referencia se toma la plataforma Facebook Live de la marca Perú21, ya que como se sabe, tiene como principal producto comercial al diario, pero además estaría innovando en la producción de video mediante Facebook Live, permitiéndole lo que nunca pudo, la inmediatez de la información. Además a través del análisis del contenido de esta plataforma se podrán identificar caracterizas que servirán conocimientos para realizar dichas transmisiones.

Y para poner a prueba la inmediatez de la información e identificar las principales contribuciones que nos brindar esta herramienta de transmisión en vivo, se justifica analizando el rendimiento que tuvo en el periodo de los huacos que afectaron a la ciudad de lima.

2.3. Relevancia

La plataforma Facebook Live ha logrado en tan poco tiempo, generar una forma de producir y consumir información, hoy por hoy, con solo conectar el móvil a internet, todo el mundo puede transmitir videos en vivo desde cualquier parte del mundo, además, se hace factible consumir información en vivo, mostrando acciones en tiempo real.

Es así que la relevancia se centra en dos puntos. En primer lugar, la aparición de una nueva herramienta de transmisión de mensajes, que se plantea como una nueva ventana hacia una audiencia que puede ser utilizada por cualquier persona con acceso a la tecnología. En segundo lugar, trata el estudio de cómo los medios están utilizando esta herramienta para generar más interacción con su público, brindando así, inmediatez en

la información y acercamiento de su público a sucesos reales. Como lo mencionaba McLuhan, se puede deducir que esta plataforma es una extensión de nuestra visión y audición.

Por todo ello, es importante identificar las principales características que puede tener este nuevo canal de información, ya que en la actualidad existe carencia de información sobre investigaciones relacionadas al Streaming a través de esta plataforma. Por lo tanto, es relevante su elección para el estudio, ya que ha logrado posicionarse con mayor facilidad y en menos tiempo, a diferencia de otras plataformas como Youtube, Ustream, Periscope, quienes estarían perdiendo cada vez más audiencia.

2.4. Contribución

La presente investigación, intenta servir como base para las próximas investigaciones relacionadas a este fenómeno. Ya que esta herramienta es nueva, se precisa que su utilización y consumo de información está en constante crecimiento.

Además, la información que se obtuvo, asistirá a los medios que quieran apostar por el uso de la herramienta facebook live, ya que se plantean distintas características que tiene esta plataforma.

Por otro lado, será de gran ayuda a futuros profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación, ya que brindará distintos tipos de características que se puede tomar en cuenta al realizar este tipo de

transmisiones. Asimismo, servirá como motivación para que en las aulas se plantee el aprendizaje del uso de esta nueva tecnología, y el desarrollo de producción de información para este medio.

Este análisis también favorecerá a investigaciones posteriores, ya que los múltiples aportes teóricos y conceptuales recolectados de diferentes estudios internacionales, han permitido la creación del instrumento de recolección de datos, el cuál favorecerá al trabajo de futuros investigadores.

2.5. Objetivos

2.5.1. Objetivo General

Analizar el contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaycos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima

2.5.2. Objetivo Específicos

- Analizar los aspectos formales de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima.
- Analizar el formato de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima.

- Analizar el hipertexto en plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima.
- Analizar la interactividad de plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima.
- Analizar el alcance de plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima.

2.6. Supuestos

2.6.1. Supuesto General

El contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaycos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima, presenta característica de aspectos formales de video, Formato, hipertexto, Interactividad y alcance.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología

3.1.1. Enfoque

La presente investigación es de enfoque cualitativo. Para ello, Sampieri (2006) considera que: “El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos”. (p. 364).

Por ello esta investigación es cualitativa, porque permite describir, interpretar y comprender la variable y sus elementos en base a sucesos reales por medio de la observación. El método a utilizar es inductivo, debido que en base a un caso específico se llega a conclusiones generales y concretas.

3.1.2. Tipo de estudio

Según Enciclopedia de Clasificaciones (2016), señala que las investigaciones de **tipo aplicada**: “Realizan la aplicación, uso y posibles consecuencias de los conocimientos. Si bien depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica, busca conocer para actuar, le interesa la aplicación sobre la realidad antes que el mero desarrollo de teorías generales”. (párr.4).

Por ello, la presente investigación es de tipo aplicativo porque se diseñó una ficha de observación que se aplicó a la unidad de análisis.

3.1.3. Nivel de investigación

La presente investigación es de nivel hermenéutico, debido a que solo se estudió el caso para su posterior interpretación. Además la investigación busco identificar, describir e interpretar como se presentó el contenido y sus dimensiones en la plataforma de Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos de marzo – abril del año 2017, Lima

3.1.4. Diseño de la investigación

Según Martínez (2006) el estudio de caso es: “Una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares, la cual podría tratarse del estudio de un único caso o de varios casos.”(p.174).

Es por ello que esta investigación, se eligió el diseño de estudio de caso, aplicado a analizar el contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos de marzo – abril del año 2017, Lima. El estudio de caso ayudó a saber cómo se desarrolló el contenido en la plataforma de facebook. A su vez, el diseño es no experimental, ya que no se manipulara la variable.

3.2. Escenario de estudio

La investigación se realizó en la ciudad de limas, lugar de residencia del investigador, lo cual fue viable para la recolección de datos, ya que los acontecimientos del caso investigado, se produjeron en esta parte del país. Además la recopilación de biografías, los expertos consultados y el asesor de la investigación se encuentran localizados en esta zona.

Perú21 como diario fue fundado en el año 2002, su distribución se realiza a nivel nación y se caracteriza contener información de interés del público juvenil y de adultos contemporáneos. Además la marca forma parte del Grupo El Comercio y tiene una tendencia política liberal conservadora.

En el 2005 el diario incorporo el uso de plataforma digital lanzando por primera vez su página web, es así que contribuyo en el desarrollo del periodismo digital en nuestro país.

La marca Perú21, se incorporó en la red social Facebook y en el 2012, llego a la cifra de 100 mil seguidores. Actualmente cuenta con 1.015.913 personas que les gustan su Fanpage.

Incluso, Perú21 se incorpora con el uso de la plataforma Facebook Live, soporte que más contenido generó a diferencia de otros medios, tal y como se pudo observar durante el acontecimiento de los huaicos en Lima. En este periodo, como consecuencia de las lluvias, Lima sufrió deslizamientos y desborde de ríos que afectaron a las carreteras del norte, centro y sur, dejando a su paso un gran número de damnificados.

3.3. Caracterización de sujetos

VARIABLE	UNIDAD TEMATICA	UNIDADES SUB TEMATICA
CONTENIDO DE LA PLATAFORMA FACEBOOK LIVE	A. Aspectos Formales	A.1. Elementos Narrativos
		A.2. Contexto sonoro
		A.3. Plano
		A.4. Movimiento
		A.5. Angulo
	B. Formato	B.1. Temática
		B.2. Estructura
		B.3. Formato de emisión
		B.4. Lenguaje
		B.5 Duración
	C. Hipertexto	C.1. Nodos
		C.2. Enlaces
	D. Interactividad	D.1. Comunicativa
		D.2. Selectiva
	E. Alcance	E.1. Reproducciones

3.4. Plan de análisis o trayectoria metodológica

La presente investigación abarcará el estudio del contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21, durante los acontecimientos de los huaicos de marzo – abril del año 2017, Lima.

Para el periodo de estudio más específico, se ha seleccionado los días 14 de abril y el primero de mayo. Se identificó los diferentes elementos de la plataforma ya mencionada, luego, se interpretó a través de la recolección de datos que se obtuvieron en base al instrumento diseñado para la unidad de análisis: la ficha de observación, pues se descompuso los distintos elementos para llegar al estudio del contenido. Adicionalmente, su ejecución fue validada por expertos en la materia. Para la aplicación de esta, en primera instancia, se hizo un registro cualitativo mediante la visualización de las transmisiones. Al final se conglomera la información recolectada y se interpreta los resultados organizando los datos comunes, para determinar las características encontradas.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para la recolección de datos de la presente investigación, se diseñó una ficha de observación teniendo en cuenta la unidad temática e ítems, es decir, todos los componentes que integran el objeto de estudio. Esta ficha se incorporó con el fin de alcanzar datos concretos que faciliten y permitan un análisis minucioso de la investigación. Asimismo, fue elaborado teniendo como base los conceptos de varios autores, cada uno, especialista en cada una de las dimensiones tratadas.

FICHA DE OBSERBACIÓN

Número de piezas analizadas:				Fecha de la transmisión:					
UNIDAD TEMÁTICA	SUB UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	ITEMS		SI	NO	Número	DESCRIPCIÓN	
Contenido	Aspectos Formales	Elementos Narrativos	Presencia de personaje	Periodista					
				Ciudadano					
				Político					
				Experto					
			Escenario	Tipo de espacio	Urbano (calles)				
					Rural				
					Parque - Jardín				
					Naturaleza				
					otro				
				Genero de la acción	Informativa				
		Entrevista							
		Contexto sonoro	Voz/Voces	De pares					
				De grupo					
				Voz en Off					
			Música						
			Ruido Diegético						
			Silencio						
		Plano	Plano detalle						
			Primer plano						
			Plano medio						
			Plano Americano						
			Plano General						
			Plano continuo						
		Movimiento	Paneo						
Traveling									
zTilt									
Angulo	Normal								
	Picado								
	Contra pica								
	Cenital								
	Nadir								
	aberrante								

UNIDAD TEMÁTICA	SUB UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	NÚMERO	DESCRIPCIÓN	
Contenido	Formato	Temática	Temas Políticos					
			Temas Sociales					
			Temas Policiales					
			Temas Económicos					
			Temas Culturales					
			Temas Climáticos					
		Estructura	Pirámide invertida					
			Espiral					
		Formato de emisión	Horizontal					
			Vertical					
			Ambos formatos					
		Lenguaje	Formal					
			Informal					
		Duración	Minutos					
		Hipertexto	Nodos	Título				
	Texto descriptivo							
	Enlaces		Hashtag					
			Etiquetas					
	Interactividad	Comunicativa	Comentarios	opinión				
				pregunta				
				debate				
			Respuesta a comentarios	repuesta en vivo				
				respuesta del medio				
		Compartir la información						
		Selectiva	Reacciones					
	Alcance	Reproducciones	reproducciones					

3.6. Rigor científico

La presente investigación se basó a la subjetividad del investigador, respetando la metodología empleada, por lo tanto, no se manipulo la unidad de análisis ni se alteró el proceso de investigación. Se cumplió con todos los parámetros establecidos por la oficina de investigación, sometiendo a juicio de expertos la validación del instrumento de recolección de datos para su validación y su posterior aplicación. Se citaron todas las fuentes consultadas, respetando así, la propiedad intelectual de otros autores.

Cabe precisar que en la validación de la ficha de observación, se aplicó la fórmula de coeficiente de V de Aiken, que según la formula aplicada, resultó positiva.

3.7. Aspectos éticos

La investigación se basó en la ética, para la cual se tomó en cuenta la veracidad de la información de los resultados obtenidos durante la investigación. Se tuvo el respeto hacia la propiedad intelectual, además de proteger la privacidad de los colaboradores que participaron en el desarrollo de esta investigación.

IV. RESULTADOS

A continuación, se muestran los resultados obtenidos a partir de la observación de las transmisiones realizada en el periodo de marzo – abril. Es preciso indicar, que estas no fueron analizadas en el momento que fueron realizadas, por lo contrario, todos los videos fueron recolectados del Time Line del fanpage de Perú21. Se pudo identificar un total de 74 transmisiones realizadas durante esta temporada. El instrumento de investigación fue aplicada a 55 transmisiones, que fueron elegidas a criterio del investigador.

Unidad temática aspectos formales

Se puede observar que en todas las transmisiones se encontraron elementos como: personajes, espacio y acción. Lo cual se precisó indicar primero lo resultado individuales.

En los personaje se puede encontrar una gran presencia de ciudadanos, a además se encontró presencia de políticos y expertos. En las piezas analizadas no se observa al periodista, excepto por las trasmisiones número #36 y #50, en los cuales el periodista se muestra frente a cámaras presentando la noticia.

Los escenarios mostrados en su gran mayoría urbanos, seguido por lugares rurales y en presencia, los acontecimientos se realizaron en interiores como oficinas o salones.

Se encontraron cuatro tipos de acciones realizadas en las transmisiones. En primer lugar, solo se informaba del acontecimiento; en segundo lugar, se realizaban entrevistas; en tercer lugar, se presentaban ambas acciones (informar y entrevistar) y en menor frecuencia, solo las imágenes describían la acción. (Piezas#28, #36, #43 y #55).

En consecuente proceso de interpretación, es preciso indicar que se presenció un gran número de personajes ciudadanos, hecho justificado ya

que la gran mayoría de lugares son urbano y rurales. Además, las acciones realizadas en este caso fueron entrevistas aplicadas a los pobladores de la localidad, fuente directa para el periodista. Asimismo, en las acciones de entrevista, se encontraron la presencia de políticos y expertos en el tema.

En la gran mayoría de casos, se escuchó la voz en Off del reportero, quien narra los acontecimientos observados en la transmisión en vivo. En el caso de la voz de pares, se situó los relatos escuchados de algún entrevistado como ciudadano o experto en el tema.

No existe presencia de musicalización en las transmisiones, ya que como se pudo apreciar, los relatos fueron reales en vivo y en directo, lo que implica la falta de importancia de percibir algún tipo de música, pues, prima la captura de sonidos reales que ayuden a contextualizar el acontecimiento.

Por otro lado, sí existe presencia de ruidos, el cual no facilitó la comprensión de algunos mensajes o palabras brindadas por el periodista o entrevistado. En todas las transmisiones se percibieron distintos tipos de ruidos, tales como: ruido eléctrico (producido por la interferencia en la señal o mala manipulación de los equipos), ruido del viento, ruido de automóviles, voces de personas no presentes en la acción, ruido de helicópteros y ruido producido por el río.

En todos estos casos, excepto en el ruido eléctrico, se identificó que la causa de los ruidos se debió a la incorrecta utilización de la tecnología. Pues, al utilizar un celular como equipo para la transmisión, no se tomó en cuenta, que este posee un micrófono omnidireccional, captando así todo el sonido producido en los 360°, impidiendo captar el sonido relevante en la transmisión.

Se identificó el uso primordial de tres planos: el plano general, plano medio y el plano continuo; con un uso distinto para cada uno de ellos. Los planos generales mostraron la realidad del acontecimiento, se usaron planos

medios para realizar entrevistas y los planos continuos se utilizaron a criterio del periodista, ya que se desarrolló en la acción, donde se informaba y a la vez se realizaba entrevistas.

El movimiento panorámico o paneo y el movimiento traveling, fueron los movimientos más empleados. El paneo se usó para mostrar el lugar del acontecimiento y el establecimiento del reportero. Mientras que el movimiento traveling, se utilizó cuando el periodista se desplazaba por el lugar del acontecimiento en búsqueda de nueva información, o fuentes que ayudasen a sustentar los acontecimientos.

En todas las piezas analizadas, se identificó que la cámara se encontraba en una posición de ángulo normal, deduciendo así, que se grababa con el dispositivo móvil a la altura de la visión del periodista

En relación al empleo de estos elementos durante las transmisiones, se pudo identificar que el uso del plano general fue acompañado por un movimiento panorámico, el cual se usaba para mostrar el lugar y el acontecimiento. Además, cuando se utilizó el plano continuo, fue acompañado por un movimiento traveling, el que se realizaba cuando el periodista se desplazaba en la búsqueda de nueva información, lo cual ameritaba realizar una serie de planos continuos a criterio de este.

Es preciso indicar que en todas las transmisiones que se realizaron, se identificaron planos y movimiento inestables, lo cual puede ser justificado debido a la dificultad de acceso a la zona donde ocurrieron los acontecimientos. Lo anteriormente mencionado, es un claro ejemplo de que en las transmisiones prima la inmediatez de la información, dejando de lado la estética en la imagen. Hecho que podría ser solucionado con la utilización de algún trípode para dispositivos móviles, los cuales por lo general, tiende a ser ligeros y no sería un obstáculo en el desplazamiento o búsqueda de la información del periodista.

Unidad temática Formato

Entre los temas tocados en el periodo que se realizó el análisis, se encontró en primer lugar, los temas sociales. Como ya se indicó anteriormente, los acontecimientos se realizaron en el contexto de la caída de huaicos en la ciudad de Lima, lo cual conllevó a realizar notas que contengan este tipo de tema, donde se mostraron como fueron afectados los ciudadanos por la llegada de este fenómeno natural.

Además, se tocaron temas políticos donde se abordó la acción del estado y de las instituciones relacionadas, así también, cómo estas actuaban en respuesta de los sucesos.

La información se presentó de acuerdo a la estructura espiral, aunque en algunos casos, se utilizó la estructura de pirámide invertida. Se logró identificar la estructura espiral, ya que el periodista realizaba repeticiones de la información principal de los acontecimientos, además, se repetía la información del lugar del suceso. Al repetirse contantemente la información, permitió que el público se conectara cuando la transmisión ya había comenzado, asimismo, logrará la comprensión de la información principal del acontecimiento, permitiéndole conectarse con la información que brindada.

En los casos que se utilizaron las estructuras piramidales, se identificó cuando el periodista presentaba la noticia con información de más a menos relevante, pero en algunos casos, esta estructura estaba relacionada con un menor tiempo de duración o interferencias en la transmisión, lo cual haría que al periodista solo le quede tiempo para presentar la información principal.

Los formatos de emisión utilizados fueron de dos tipos: horizontal y vertical. En el primer formato de emisión, se utilizó el celular en posición horizontal, contraria a su forma común de uso. Mediante este formato se pudo apreciar

mejor los planos generales y los movimientos panorámicos, llegando así, a la mejor manera de captar información en este formato.

En segundo lugar, se capturaron las imágenes con la posición vertical del celular, es en este formato que se pudo apreciar mejor la realización de entrevistas, la que se caracterizaba por el empleo del plano medio.

Es necesario indicar que en algunos casos no se cumplía con lo anteriormente establecido, el formato de emisión es elección del periodista. En algunas ocasiones se utilizaba la emisión vertical para mostrar el acontecimiento, esto generaba que no se pueda apreciar correctamente el plano general, ni el movimiento panorámico, ya que se limitaba la visión del espectador. En el caso del uso de la emisión horizontal, no generó problemas al ser usado en entrevistas, pues, es un formato que no tiene limitaciones de uso.

Entre los tipos de lenguaje empleados, se hallaron dos: el formal y el informal. Se identificó que la utilización de estos, dependía de hacia quien iba dirigido el mensaje, es así que se usaba el lenguaje informal solo para dirigirse al público cuando se iniciaba la transmisión, se identificó la frase “Buenos días gente de Perú21”, haciendo referencia a un saludo del medio con su público. El lenguaje formal fue empleado al dirigirse a los entrevistado o expertos, se identificó el uso de frases como: “Buenos día señor..., estamos en vivo para Perú21” o “Usted cree que...”

El uso del lenguaje informal, logró que el público se sienta identificado con la realidad en que se mostraba la información, ya que este tipo de lenguaje es característico de las redes sociales.

En el caso de esta subunidad temática, se precisó identificar si existía un tiempo establecido para la realización de las transmisiones, por ello, se pudo constatar que no existe un tiempo estimado de duración.

Para este análisis se identificó la transmisión de menor y mayor tiempo de emisión en vivo. Es así que se tomó la pieza #24 y #17, las cuales tuvieron una duración de 00:06 segundos y 31:22 minutos.

Al analizar la pieza de menor duración, se identificó problemas en la transmisión, lo cual podría ser producto de la falta de conocimiento del uso de la tecnología, o la limitación de cobertura de internet, situación fundamental para la realización de las transmisiones.

Al contrario, en la pieza de mayor duración, se encontró que el tiempo era relativo a la profundidad de la noticia, se mostraron mayor cantidad de entrevistas e información recolectada por el desplazamiento del periodista en búsqueda de la noticia. Por otro lado, se sostuvo que, a mayor tiempo de emisión, es necesario mayor consumo de recursos que permitan la conexión a internet. Además, es preciso indicar que a mayor tiempo de duración es menor la retención de la atención del público, es aquí donde se aplicaría necesariamente la estructura espiral, asimismo, la información debe tener gran relevancia.

Unidad temática Hipertexto

Entre los tipos de nodos encontrados en la estructura hipertextual de la plataforma, solo se halló el uso de un texto descriptivo, no se encontró el uso de un título que identifique la publicación.

Entre los textos descriptivos, se encontraron las siguientes características: en primer lugar, en algunas transmisiones se usaron textos que indicaban el lugar donde se realizaba la transmisión; en segundo lugar, se encontraron textos que describían el acontecimiento, pero además en algunas transmisiones, se encontró el uso del texto indicando la ubicación y el acontecimiento.

En el empleo de enlaces en la plataforma, se visualizó dos tipos (hashtag y etiquetas) claras características de las redes sociales.

En las transmisiones se utilizó el hashtag #Perú21EnVivo, ayudando así a organizar mejor las publicaciones, ya que el público podría dar clic en el enlace y automáticamente ser derivado a una serie de publicación antes realizadas.

En cuanto al uso de etiquetas, se pudo identificar al nombre del periodista que además, al dar clic, nos direccionaba al perfil de Facebook del reportero. En algunos casos se omitió el uso de este enlace. Sin embargo, en otros casos, se colocó el link de la página web del diario, el cual permitía dirigirse a otra ventana para ampliar la información de la noticia.

Unidad temática interactividad

En este proceso de comunicación del medio con su público, se identificó en todas las transmisiones, que el público realizaba comentarios respecto a la opinión del espectador, además, se encontraron comentarios que inducían al debate. Asimismo, se hallaron comentarios con preguntas que, en su totalidad, no fueron respondidos por el medio.

La única interactividad comunicativa del medio al su público se pudo apreciar en las piezas #6 y #50, donde se logró identificar que el reportero realizaba saludos nombrando a su audiencia conectada, logrando una fuerte interacción entre el público y el medio. También, se identificó dos comentarios realizados por el medio en las piezas #36 y #49, en las cuales se invitaba al público a revisar la página web colocando un texto descriptivo y el link de la web. En ambos casos se tuvo un mayor tiempo de emisión que le permitía al periodista informar e interactuar.

Pero lo más resaltante del análisis fue identificar que, en la gran mayoría de las transmisiones, no se logró la interactividad comunicativa, consecuencia

de que el periodista prioriza el proceso de informar y grabar los acontecimientos. Además, todas las transmisiones fueron compartidas por el público, lo cual indica que la información brindada fue de interés, permitiendo así, que estos mantengan comunicación con sus propios seguidores.

En este tipo de interactividad, se encontró que las reacciones estaban presentes en todas las transmisiones, logrando que el público manifestara su interés por la información brindada.

Al hacer las transmisiones, los iconos que manifestaban esta reacción, flotaban por la pantalla, referenciando a los periodistas la correcta realización del proceso informativo y la acotación de su audiencia.

Unidad temática alcance

Las reproducciones realizadas fueron información importante para el periodista, ya que ayudó a identificar el número de personas a las que fueron transmitidas las informaciones. Para este punto, se identificó a la pieza de mayor y menor alcance, visualizando características que determinaron las reproducciones realizadas.

Se toma como referencia la pieza #19, pues tuvo una reproducción de 1.671. Al analizar esta transmisión, se encontró que el formato de emisión fue de forma vertical y mostró un plano continuo que no permitió apreciar bien la información brindada. Pero el mayor problema se halló en la ausencia de un contexto sonoro, que claramente perjudicó en el entendimiento del mensaje, y en consecuencia, logró una menor cantidad de comentarios, reacciones y compartidos. Se determina que esta transmisión fue un total fracaso,

Caso contrario pasó con el análisis de la pieza #17, la cual tuvo 175.643 reproducciones. En esta transmisión se logró identificar el correcto uso de

los aspectos formales, del formato y del hipertexto, pero no se logró una interactividad comunicativa del medio a su público.

V. DISCUSIÓN

La discusión se centrará en las conclusiones obtenidas por las investigaciones previas utilizadas en la investigación, relacionándolas a los resultados obtenidos anteriormente. Específicamente, estará basado en los aspectos formales, el formato y la interactividad.

Para comenzar, es preciso indicar que las transmisiones en vivo no cuentan con pos producción, se brinda al público una imagen pura, salida directamente como pan caliente del horno. Los streaming en directo de

Perú21, fueron realizados por periodistas mediante un móvil y la plataforma Facebook Live, en ellas, se apreciaron imágenes de la realidad que se vivió en el periodo de desastres en Lima.

Hablando del lado más estético de la producción de un multimedia, este medio no tiene clara la estética de la imagen, pues, es la inmediatez uno de sus pilares fundamentales. A estos medios no les interesa que las imágenes salten, tenga movimientos bruscos o que se cambien el sentido de la grabación de horizontal a vertical. Lo que se busca es obtener lo último de la información, traduciéndose a inmediatez. Aunque, como indica Iglesias (2017) los medios tradicionales ya no son considerados como inmediatos, pero a través de esta plataforma de streaming, logran alcanzar la inmediatez. Además, manifiesta que actualmente nada es más inmediato que un teléfono móvil.

Contrario a lo mencionado, para Ortells (2016):

Los datos revelan que aquellos vídeos de edición más cuidada reciben más comparticiones y visionados que aquellos que presentan peor calidad. Por tanto, cabría plantearse si es justificable que la inmediatez se traduzca en muchos casos en baja calidad, puesto que los lectores parecen implicarse más cuando tanto el contenido como la edición de las imágenes están bien elaborados y se complementan para narrar la información (p. 12).

En respuesta a lo que se cuestiona sobre la baja calidad en las imágenes de un video en directo, esta se justifica por la inmediatez de la información, por lo menos, en temas periodísticos esto se cumple sin dudar. Es así que, según el periodista alemán Ronzheimer (citado en Mancebo, 2016) el formato (sin edición) del vídeo en directo, es un factor clave para que sus retransmisiones tengan credibilidad e intensidad (p. 331).

Lo particular en las transmisiones realizadas por Perú21, se refiere a la gran exposición de los pobladores de la zona afectada sustentando la realidad vivida, y las emociones transmitidas en vivo por parte de los pobladores, testificaban el sufrimiento por la pérdida de sus bienes.

Tal como Ortells (2016) concluye en su investigación, los videos que cuentan con una edición cuidada y los que muestran sencillez en la imagen, utilizan fuentes ciudadanas y expertas. Además, Pichihua (2016) manifiesta que es importante seleccionar la fuente adecuada y confirmar la veracidad de la información.

Con lo encontrado en la investigación, se afirma que el periodista realizador de la transmisión tiene un gran reto, ya que además de narrar los acontecimientos, debe centrar su atención en buscar una fuente que le pueda brindar información verídica y que testifique los acontecimientos.

Por otro lado, se puede aceptar una debilidad encontrada. La ventaja más relevante que esta plataforma ofrece es la interactividad comunicativa a modo de feedback. El usuario puede relacionarse directamente con la producción del contenido, pero a la vez, consumir el contenido brindado.

Mediante el vídeo interactivo en directo, se puede crear una experiencia en la que el público sea considerado en el proceso de comunicación. Como afirma Mancebo (2016) "Los usuarios son imprescindibles, puesto que se sienten parte de este proceso. Por ello, la estrategia debe mirar por y para ellos. La interacción permite preguntar, solventar dudas y descubrir historias (p. 343).

La plataforma streaming de Perú21, cumple con las características para poder desarrollar la interactividad comunicativa, pero en el periodo de análisis su uso fue escaso. Los usuarios pueden comentar, pero no se le toma en cuenta en el proceso de comunicación. No se responden consultas, ni por comentarios, ni por la transmisión en vivo.

De acuerdo con lo señalado por Mancebo (2016) los medios de información deben considerar la innovación en la forma de cómo conectar con su público, para conseguir la interactividad y el interés de sus seguidores. Para el autor “la actitud pasiva de los usuarios ha evolucionado hasta convertirse en una relación de *engagement* con el medio” (p. 329). El no fomentar la interactividad con el público es un pecado para los medios en nuestros tiempos, ya que puede generar una desmotivación de la audiencia, quienes pueden llegar a sentir que no consideran su posición en la creación del contenido.

Es preciso dejar en claro que las transmisiones mediante Facebook Live, es una forma innovadora de presentar contenido en tiempo real, la cual, nos permite interactuar mejor con la audiencia y tener resultados al instante. Es claro que no existe una forma correcta de mostrar la información en esta plataforma, pero debe escogerse la adecuada, pensando que el medio de consumo en su gran mayoría, es a través celulares.

Aquí encontramos otro punto de discusión con lo concluido por Mancebo (2016), la autora indica que la forma vertical de grabación está dejando de lado la posición horizontal, “Cada vez más periodistas optan por este formato en lugar de la horizontalidad, por lo que la mentalidad en cuanto a la forma que presentar el vídeo evoluciona.

Lo antes citado no ocurre en la plataforma analizada, a pesar de que sí se hace uso del formato de emisión vertical, la gran mayoría de transmisiones se realizaron en formato horizontal. Quizá en otros rubros que no sean periodísticos, puede funcionar esta forma de mostrar las imágenes, pero en las transmisiones se muestra mucho mejor el contenido cuando la imagen es captada de forma horizontal, ya que permite que el periodista muestre con amplitud los acontecimientos.

Se deja en claro que no se está en contra de la evolución, ya que muchas veces la innovación cautiva a la audiencia, pero se debe tener en cuenta la facilidad de entendimiento y de consumo de la información.

VI. CONCLUSIONES

Concluida la investigación, se encontró distintas características en las transmisiones realizadas en este periodo, lo cual nos lleva a determinar que esta plataforma es un herramienta que motivada la transformación de la labor habitual del periodista, el cual, no solo se tiene que enfocar en buscar y transmitir la información más relevante, si no también, en grabar e interactuar con su publico. la difusión de noticias mediante el streaming o en

nuestro caso Facebook Live, con lleva a la creación de un periodista todo terreno, el puede llegar hasta cumplir la acciones de un community manager.

La realidad analiza contribuyo para determinar que deben considerar los periodistas en esta plataforma, es así que encontramos aspectos formales donde no existe presencia del periodista frente a la cámara, pero que tiene presencia mediante una voz en off. Él es el encargado de realizar las acciones de informar y entrevistar a ciudadanos o algún experto relacionado al tema, además de cumplir la función de camarógrafo, ya que es el responsable de realizar el encuadre, ángulo y movimiento de las transmisiones, de lo cual se puede decir que no existe un uso estético de los códigos del lenguaje audiovisual, pues, se prioriza la información inmediata. Por otro lado, dentro del formato utilizado, se resalta el empleo tanto de un lenguaje informal al dirigirse al espectador, y formal al dirigirse al entrevistado; también se estructuró la información de forma espiral y se encontró un formato de emisión horizontal. Además, se cumple con la utilización de hipertextos para poder redireccionar y complementar la información que se muestra en el audiovisual en vivo. Por último, no se encontró indicios de interactividad del medio hacia su público, y el alcance obtenido en cada transmisión, es reflejo del entendimiento y relevancia de la información determinada por las reproducciones del video realizadas por el público.

En el caso de los aspectos formales, la plataforma de Facebook Live de Perú21, hizo uso de elementos narrativos conformados por personajes como el periodista cumpliendo con la acción de narrar, y las entrevistas a ciudadanos o expertos en un escenario rural. En la gran mayoría, el reportero sólo tomó presencia por el contexto sonoro mediante una voz en off, se apreció problemas con el ruido diegético, el que interferiría en el entendimiento del mensaje. El encuadre, movimiento y ángulo de la cámara, estaban determinados por el periodista, es así que se encontró rasgos comunes en la utilización del plano general y el movimiento de paneo, pero además, se usó el plano continuo y el movimiento traveling. En todos los

casos, la posición de cámara tenía un ángulo normal. Se identificó serias dificultades en la estética de la imagen de las transmisiones, debido a la situación presentada en los huaicos, el caos y el desorden hicieron que el periodista sólo se enfocó en la información que se brindaba, dejando de lado las técnicas correctas de captura de la imagen y en ocasiones, se pudo identificar que el periodista no estaba capacitado para la utilización correcta de la plataforma.

Dentro del formato utilizado, se tocaron temas relacionados al contexto vivencial de aquel momento, dejando de lado temas económicos, climáticos, policiales o políticos. La estructura de cómo se presentó la noticia fue de forma espiral, la cual presentó la información en forma circular, repitiendo la información relevante en varias partes de la transmisión para que el público recién conectado, pueda estar informado de lo que se estaba mostrando. El formato de emisión, utilizado en gran mayoría, fue el horizontal, ya que, a diferencia del vertical, muestra mejor el contenido de la información. Además, el lenguaje utilizado por el periodista fue informal cuando se dirigió a la audiencia, y en el caso de dirigirse al entrevistado, se utilizó el formal. Por otro lado, la duración de la transmisión está determinada por la relevancia de la información y los aspectos de conectividad a internet. Mientras más tiempo se esté transmitiendo, el consumo de datos es mayor.

La plataforma de Perú21 utilizó una serie de hipertextos, se encontró nodos que cumplían con la función de textos informativos que describían el lugar y los hechos, pero no se encontró algún título referido al tema de la transmisión. Se usó enlaces como el hashtag #Perú21EnVivo para direccionar la navegación del público hacia las demás transmisiones realizadas, y se efectuaron etiquetados con las páginas de Facebook de los reporteros.

La interactividad sólo se presentó mediante la comunicativa, la cual se realizó a través de reacciones que calificaban el gusto o desagrado de la información por parte del público. La interactividad comunicativa, también se

presentó mediante comentarios, debates e información compartida entre la audiencia y el medio. En la gran mayoría de los casos, no se respondió a preguntas del público, teniendo una desventaja al no considerar al público como participe de la comunicación, dejando el feedback que puede producirse por medio de las redes sociales.

Cada streaming de la plataforma de Perú21, contó con un número que determinaba el alcance obtenido por cada reproducción realizada por el público. Las publicaciones que tuvieron menos reproducciones fueron los productos informativos con problemas en la transmisión del mensaje, tal es el caso que ni siquiera mostraba alguna descripción del acontecimiento, se presenciaban problemas con el audio o en ocasiones, se podía identificar problemas con la conexión a Internet. Caso contrario a las transmisiones de más alcance, las cuales cumplieron con todos los aspectos para que el público tenga clara la información que se transmitía.

VII. RECOMENDACIONES

Para mejorar los aspectos formales, se recomienda incluir tecnologías que faciliten la tarea del periodista cuando cumple la doble función de informar y grabar. Es así, que se puede encontrar dispositivos que complementen a la herramienta de transmisión (el celular), para mejorar la captura de imagen y audio. Se puede recomendar también, el uso de un estabilizador de imagen para celulares, y un adaptador para colocar un micrófono externo, mejorando así, los movimientos bruscos de las imágenes y la captura del audio rívido a la fuente de sonido.

Para reforzar la interactividad, se recomienda que el medio practique resolver las preguntas de los comentarios mediante la realización del enlace en vivo, esto genera que el público pueda sentirse dentro de la

comunicación. Otros medios similares analizados, consideran preguntas del espectador hacia el entrevistado, es ahí donde el periodista cumple la función de canal de transmisión.

Una de las desventajas encontradas en la investigación, se refiere a la escasa información relacionada a la plataforma Facebook Live, debido a su reciente aparición, se desconoce aún los efectos que produce en la comunicación, y más aún, cómo es que los medios están generando contenido para este medio digital. Se recomienda a futuros investigadores, relacionar variables que vinculen el tema como una estrategia digital.

Además, se podría plantear a futuro, el análisis de esta plataforma teniendo como instrumento un cuestionario aplicado a expertos, o a los mismos reporteros de cada transmisión. Es así que, se puede realizar un análisis más exacto de los factores que influyen en la producción de este tipo de contenido.

Por otro lado, partiendo desde el punto de la importancia del contenido para el público, se recomienda realizar investigaciones que posean como sujeto de estudio al público como consumidor de este tipo de contenido, guiándolo desde la perspectiva de la teoría de los usos y gratificaciones, la cual no fue tomada en cuenta en la presente investigación, ya que se analizó el contenido para determinar características que se usan en este medio.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ayala, T. (2012). *Marshall Mcluhan, las redes sociales y la Aldea Global*. *Revista educación y tecnológica*, N° 2, 8 – 20, Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4502543.pdf>

Abreu, R. J. (2017) *El código secreto del Facebook en vivo: Descubre de Como Enamorar A Tu Audiencia Y Convertirlos En Clientes de Alto Valor*. Recuperado de <https://www.amazon.com/C%C3%93DIGO-SECRETO-DEL-FACEBOOK-LIVE-ebook/dp/B06X93Z6M2>

Barturén, J.L. y Ríos, G. (2014). *Live Streaming y Video On Demand de contenido académico producido en la PUCP*. *Laclo*, 1 - 11. Recuperado de <http://www.laclo.org/papers/index.php/laclo/article/view/242/224>

Bericat, E. (1996). *La sociedad de la información. Tecnología, cultura y sociedad*.
Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233 (Nº
76), 99 – 122. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=758949>

Bustos, F. (Junio, 2017) *Comunicar en un mundo multi-pantalla*. Ponencia
presentada en la Conferencia Marketing Live - UPC, Lima, Perú.

Camus, J. C. (2005) *Tienes 5 segundos*. Chile.

Cantos, P. , Martínez, F. J. y Moya, G. (1994), *Hipertexto y documentación*.

Recuperado de

https://books.google.com.pe/books?id=_4GTzaNTIosC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Colin, C. E. (S.F.) McLuhan y las tecnologías de la comunicación. Humanistas,
Portal temático en Humanidades. 01 - 17. Recuperado de

<http://www.uco.es/ciencias-juridicas/filosofia-derecho/diego/nuevode/doctorado/comunicacion/McLuhan.pdf>

Cornejo, M. (2017) *El hipertexto: el medio frío. La razón y la palabra*. 1(68),

Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n68/varia/mcornejo.html>

Costa, C., Rodríguez, A. I. y López, Xosé (2015) *Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del contagio de ébola en España por Elpais.com*. *El profesional de la información*, v. 24, n. 3, 282 – 290.

Recuperado de

<https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/download/epi.2015.may.08/19975>

Enciclopedia de Clasificaciones. (2016). *Tipos de investigación*. Recuperado
de <http://www.tiposde.org/general/484-tipos-de-investigacion/>

Iglesias, M. (Junio, 2017) *El futuro de los medios de comunicación. entre la digitalización y las audiencias, la revolución son los contenidos*. Ponencia presentada en la Conferencia Marketing Live - UPC, Lima, Perú.

Kantar Ibope Media (2016) Estudio de lectoría de diarios y revistas. Lima.
Recuperado de http://ecomedia.pe/producto_detalle/24/peru21

Kantar Ibope Media (2016) EstudioTGI. Lima. Recuperado de
http://ecomedia.pe/producto_detalle/24/peru21

Lacalle, A. (S.F) *Contenidos*. Recuperado de
<http://albertolacalle.com/contenidos.htm>

Lamarca, M. J. (S.F.) *Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Recuperado de
<http://www.hipertexto.info/documentos/hipermedia.htm>

Lardone, L. M. (2006) *Implicaciones culturales de las nuevas tecnologías: ¿De qué hablamos cuando hablamos de hipertexto?. Reflexiones*, Vol. 86 (Nº 2), 129 -140 . Recuperado de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72920537010>

Macebo, M. (2016) *Innovación en formatos audiovisuales. El uso de herramientas de live streaming en Antena 3 y Univision*. Miguel Hernández *Communication Journal*, Nº 13 (85), 325 - 349. Recuperado de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5794585>

Martínez, J. y De Salvador, S. (2014) *El produser como producción de usuarios: más allá de wreaders y de prosumers*. *Razón y Palabra*, Nº 86, 215-234.
Recuperado de
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N86/V86/24_MartinezSalvador_V86.pdf

Monsalve, A. (2003). *Teoría De Información Y Comunicación Social*. Recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?id=UIKOnsffiuwC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Naranjos, S. (2010) *Una lectura semiótica del hipertexto y la comunicación digital*. Recuperado de

<https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/INT/article/download/831/841>

Ortells, S. (2016). *Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez*. *Revista Latina de Comunicación Social*, Nº 71, 1 - 14. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81943468004>

Prat, J. J. (2006) *Internet, hipermedia y la idea de comunidad*. *Culturas Populares*. *Revista Electrónica*, Nº 3, 1 - 38. Recuperado de

<http://www.culturaspopulares.org/textos3/articulos/prat.pdf>

Pérez, J. y Gardey (2013) *Definición de contenido*. Recuperado de

<http://definicion.de/contenido/>

Pichihua, S. (2016). *Cómo los periodistas de las secciones Deportes y Política de la Agencia Andina utilizan Twitter como fuente de información para noticias de último minuto : casos : Mundial de Fútbol 2014 y Recaptura de Martín Belaunde Lossio en 2015 (Tesis de maestría)*, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de

http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP_5c07237bd9fdaa021e3222ef7e426a62

Regil, L. (2005) *Hipermedia: medio, lenguaje herramienta del arte digital*. *Revista Digital Universitaria*, vol.6 (Nº 10), 1 – 18. Recuperado de

http://www.revista.unam.mx/vol.6/num10/art97/oct_art97.pdf

Roca, J. M. (S.F.) *¿Qué son los contenidos digitales?. Recuperado de*
<http://www.informeticplus.com/que-son-los-contenidos-digitales/>

Rodríguez, T. C. , Baños, M. y Arroyo, Isidoro (2011) *Diseño metodológico para el análisis de mensajes audiovisuales del Tercer Sector difundidos en redes sociales. III Congreso Internacional Latina de Comunicación. Recuperado de:* <http://solidarydar.weebly.com/iii-congreso-latina-de-comunicacioacuten-social.html>

Rost, A. (2006) *La Interactividad en el periodismo digital (Tesis Doctoral), Universidad Autónoma de Barcelona, Belaterra. Recuperado de:*
<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>

Sampieri, R. H. (2014) *Metodología de la Investigación, Sexta edición. Mexico: Interamericana Editores S.A*

Torres, R. M. (2005). *Sociedad de la información / Sociedad del conocimiento. Recuperado de*
<http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/socinfocon.pdf>

Zapata, J. F. (2005) *Hipermedia y comunicación, un análisis a la luz del pensamiento rizomático. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, N° 14, 1 – 13. Recuperado de*
<http://www.redalyc.org/pdf/1942/194220381005.pdf>

ANEXO

A. Ficha de operacionalización de unidades sub temáticas

UNIDAD TEMÁTICA	SUB UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	ITEMS		
Contenido	Aspectos Formales	Elementos Narrativos	Presencia de personaje o fuente periodística	Periodista	
				ciudadano	
				Político	
				Experto	
			Escenario	Tipo de espacio	Urbano (calles)
					Rural
					Parque - Jardín
					Naturaleza
					otro
		Acción	Genero de la acción	Informativa	
				Entrevista	
		Contexto sonoro	Voz/Voces	De pares	
				De grupo	
Voz en Off					
Música					
Ruido Diegético					
Silencio					
		Plano detalle			

		Plano	Primer plano	
			Plano medio	
			Plano Americano	
			Plano General	
			Plano continuo	
		Movimiento	Paneo	
			Traveling	
			Tilt	
		Angulo	Normal	
			Picado	
			Contra pica	
			Cenital	
			Nadir	
			aberrante	
		Hipertexto	Nodos	título
	texto descriptivo			
	Enlaces		hashtag	
			Etiquetas	
	Formato	Temática	Temas Políticos	
			Temas Sociales	
			Temas Policiales	
			Temas Económicos	
			Temas Culturales	
			Temas Climáticos	
		Estructura	Pirámide invertida	
			Espiral	
		Formato de emisión	Horizontal	
Vertical				
Ambos formatos				
Duración		Minutos		
Lenguaje	Formal			
	Informal			
Interactividad	Comunicativa	Comentarios	opinión	
			pregunta	
			debate	
		Respuesta a comentarios	respuesta en vivo	
		respuesta del medio		
		Compartir la información		
	Selectiva	Reacciones		
Alcance	Reproducciones	Número de reproducciones		

B. Coeficiente de validación V de Aiken

VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Ver

Calibri (Cuerpo) 11 A A Ajustar texto General Normal Bueno Incorrecto Neutral Cálculo Célula de co. Insertar Eliminar Formato Borrar Ordenar y filtrar

H23 fx

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
1	COEFICIENTE DE VALIDACION																
2	cualitativo																
3	Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V											
4	ITEM 1	1	1	1	3	100%											
5	ITEM 2	1	1	1	3	100%											
6	ITEM 3	1	1	1	3	100%											
7	ITEM 4	1	1	1	3	100%											
8	ITEM 5	1	1	1	3	100%											
9	ITEM 6	1	1	1	3	100%											
10	ITEM 7	1	1	1	3	100%											
11	ITEM 8	1	1	1	3	100%											
12	ITEM 9	0	0	0	0	0%											
13	ITEM 10	1	1	1	3	100%											
14	ITEM 11	1	1	1	3	100%											
15						91%											

• COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

Siendo:
 S= la suma de si
 Si= valor asignado por el juez i
 n= número de jueces
 c = número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

C. Relación de transmisiones

N°	Descripción	URL	Fecha
1	#Perú21EnVivo Nos encontramos en el río Chilca. Mira el reporte...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154282982990868/	14/03
2	#Perú21EnVivo Nos encontramos en el kilómetro 63.5 de la...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154283024960868/	14/03
3	#Perú21EnVivo estamos con la nutricionista Marilyn Montejo...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154283110980868/	14/03
4	#Perú21EnVivo Estamos en Punta Hermosa, lugar en el que...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154285566030868/	15/03
5	#Perú21EnVivo Sigue la conferencia de prensa de la...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154286473075868/	15/03
6	#Sabores21 ¿Quieres saber cómo se hacen los helados...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154286851560868/	15/03
7	#Perú21EnVivo Desde San Juan de Lurigancho, tras el...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154287033675868/	15/03
8	#Perú21EnVivo Desde el desborde del Río Huaycoloro,...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154287173810868/	15/03
9	#Perú21EnVivo Estamos en la zona de huaico, en Chosica.	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154287214625868/	15/03

10	#Perú21EnVivo Estamos en la zona de huaico en la quebrada...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154287363705868/	15/03
11	#Perú21 En vivo desde Punta Hermosa.	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154288956680868/	16/03
12	#Perú21 En vivo desde San Bartolo, kilómetro 48 de la...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289029310868/	16/03
13	#Perú21 En vivo desde San Bartolo.	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289126000868/	16/03
14	#Perú21EnVivo Nos encontramos en Huachipa	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289211075868/	16/03
15	#Perú21EnVivoPuenteHuaycoloro	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289371730868/	16/03
16	#Perú21 en vivo desde el distrito de Lurín.	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289366935868/	16/03
17	#Peru21EnVivo Río Chillón se desborda: https://goo.gl/PEX8Mj	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289413580868/	16/03
18	#Perú21EnVivo Desde Chosica, localidadafectada por las...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289471345868/	16/03
19	#Perú21EnVivo desde Carapongo	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289583160868/	16/03
20	#Perú21EnVivo Estamos en Santa María de Huachipa.	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289652165868/	16/03
21	#Perú21EnVivo Desde Tambo Río en Comas.	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154289698130868/	16/03
22	Conferencia sobre estado de salud de Evangelina Chamorro,...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154290267140868/	16/03
23	#Peru21envivo Carretera Ramiro Priale cerrada por desborde de...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154290513165868/	16/03
24	#Peru21envivo Carretera Ramiro Priale cerrada por desborde de... 2	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154290525295868/	16/03
25	Congresistas y ministra de Ambiente coordinan acciones...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154290545025868/	16/03
26	#Perú21envivo Carretera Ramiro Priale cerrada por desborde...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154290557600868/	16/03
27	#Perú21envivo. Puente Nuevo cerrado por nuevo huaico. Este...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154291973090868/	17/03
28	#Perú21EnVivo Avenida Los Laureles, cerca de la autopista...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154292371565868/	17/03
29	#Perú21EnVivo Vecinos arriesgan sus vidas en Huachipa	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154292382940868/	17/03
30	#Perú21EnVivo Estamos EN VIVO desde Huachipa que se...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154292399200868/	17/03
31	#Perú21EnVivo Rescate de personas en Carapongo.	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154292449290868/	17/03
32	#Perú21envivo Desde el parque La Muralla	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154292510380868/	17/03

33	#Peru21EnVivo Así vive la población damnificada de...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154295264690868/	18/03
34	#Perú21 en vivo desde el mercado Virgen de las...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154295276440868/	18/03
35	#Perú21EnVIVO Cientos de camiones están varados por el...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154295316250868/	18/03
36	En estos instantes ocurre el desborde del río Rímac en La...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154295413600868/	18/03
37	Desborde del río Rímac en La Cantuta. Reporta Óscar Flores	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154295421680868/	18/03
38	Desborde del río Rímac en La Cantuta (Los Modulos)...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154295469290868/	18/03
39	#Peru21enVivo desde puente Bailey en autopista Ramiro...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154296156460868/	18/03
40	#Peru21enVivo junto a sub gerente de riesgo de la...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154296457820868/	18/03
41	#Perú21EnVivo Estamos en Brisas de Carapongo, con el...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154297459155868/	19/03
42	#Perú21EnVivo El preciso momento en que el puente...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154297933920868/	19/03
43	#Perú21EnVivo Incendio en penal de Lurigancho Reporta César...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154298867430868/	19/03
44	#Perú21EnVivo Fuego se reaviva en el penal de Lurigancho >...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154298929630868/	19/03
45	#Perú21EnVivo Estamos en la Planta de Tratamiento de Agua...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154300251725868/	20/03
46	#Perú21EnVivo Desde la avenida Faucett, cerca del Grupo Aéreo...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154302695795868/	21/03
47	#Peru21enVivo desde puente Caracol, bajo Cantuta,...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154303242275868/	21/03
48	#Peru21enVivo desde puente Caracol, sector bajo Cantuta,...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154303258340868/	21/03
49	#Perú21envivo desde la Plaza de Armas de Huarmey Mira el...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154306178290868/	22/03
50	#Perú21EnVivo ¿Quieres saber cuáles son los precios de...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154306232770868/	22/03
51	#Perú21EnVivo: Estamos en el hospital María Auxiliadora, ...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154306273435868/	22/03
52	#Perú21EnVivo desde Cupiche en Huarochirí, lugar donde se...	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154306640190868/	22/03
53	#Perú21EnVivo desde el Hospital de Huarmey Reporta Pablo C....	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154306861165868/	22/03

54	<u>#Perú21EnVivo Gobierno da balance tras huaicos y...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154308853155868/	23/03
55	<u>#Perú21EnVivo Huaico bloquea la Carretera Central (km 44) El...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154309119850868/	23/03
56	<u>#Perú21EnVivo Estamos en la Dirincri, en el esclarecimiento...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154309456970868/	23/03
57	<u>#Perú21 En VIVO desde el Palacio de Gobierno. Mira el...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154309500250868/	23/03
58	<u>#Perú21 En VIVO desde el Palacio de Gobierno. Por Liz...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154309553635868/	23/03
59	<u>#Perú21EnVivo Estamos en la audiencia del caso Fefer. Mira...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154311803115868/	24/03
60	<u>#Perú21EnVivo Donan 49 aulas prefabricadas que ya se...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154313137045868/	24/03
61	<u>#Perú21EnVivo Conversamos EN VIVO sobre transformación de...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154322921555868/	28/03
62	<u>#Perú21 Desde un centro de acopio cerca al Estadio Nacional.</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154323446575868/	28/03
63	<u>#Perú21EnVIVO desde el Estadio Nacional, donde se han...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154323531705868/	28/03
64	<u>#Perú21EnVivo Ministro del Interior, Carlos Basombrío, se...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154323593790868/	28/03
65	<u>#Perú21EnVivo Titulares del ministerio de la Mujer e Interior...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154323612095868/	28/03
66	<u>Natalia Lafourcade canta en Lima #Perú21enVivo</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154323978660868/	28/03
67	<u>#Peru21enVivo desde Carapongo. Albergue temporal...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154324945335868/	29/03
68	<u>#Peru21EnVivo Estamos entrevistando a Gisela...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154325312175868/	29/03
69	<u>Abren puente bailey sobre río Huaycoloro en...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154326991760868/	30/03
70	<u>#Perú21enVivo desde la Universidad Nacional Mayor de...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154327215525868/	30/03
71	<u>#Perú21EnVivo Segundo día de toma de la Universidad San...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154327223660868/	30/03
72	<u>#Perú21EnVivo Policía tomó control de la UNMSM. Mira el...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154329785635868/	31/03
73	<u>#Perú21EnVivo Ollanta Humala EN VIVO desde el Congreso</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154330537610868/	31/03
74	<u>#Peru21enVivo desde Palacio de Gobierno. Ceremonia de cierre...</u>	https://www.facebook.com/peru21/videos/10154333394325868/	01/04

Estudio de comentarios

Es seguro https://ev.turnitin.com/app/carta/en_us/?o=828514776&s=3&lang=en_us&u=1064052981&student_user=1

Esta página se ha traducido del inglés al español. [Mostrar original](#) Configuración

feedback studio José Luis Quispe Análisis del Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los húmedos del periodo de marzo - abril del año 2017, Lima

46

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

TESIS

“Análisis del Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huacos del periodo de marzo – abril del año 2017.

Descripción del partido

15%

Visualización actual de fuentes estándar

Ver Fuentes en Español (Beta)

Partidos

1	Presentado a la Univer... <small>Documento de estudiante</small>	1% >
2	Repositorio.ucv.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	1% >
3	Dialnet.unirioja.es <small>Fuente de Internet</small>	1% >
4	Www.informeticplus.co... <small>Fuente de Internet</small>	1% >
5	Www.revistalatinacs.org <small>Fuente de Internet</small>	1% >
6	Librozilla.com <small>Fuente de Internet</small>	1% >
7	Tdx.cat <small>Fuente de Internet</small>	1% >
8	Www.scribd.com <small>Fuente de Internet</small>	1% >
9	Tienes5segundos.cl <small>Fuente de Internet</small>	<1% >

Página: 1 de 78 Contar palabras: 17287 Regresar a Turnitin Classic