



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Comunicación

**ANÁLISIS DE LAS NUEVAS NARRATIVAS
PERIODÍSTICAS APLICADAS EN LA
DIFUSIÓN DE TEMAS SOCIALES EN
MEDIOS DIGITALES: CÓMO NARRAN LA
INMIGRACIÓN GK Y LA ANDARIEGA**

Autora:

Mayra Alexandra Guamán Calle

Directora:

Ximena Guerrero Bacuilima

Cuenca – Ecuador

2023

DEDICATORIA

A mis seres queridos que siempre me apoyaron, sin importar las circunstancias, sobre todo por comprenderme.

AGRADECIMIENTO

A la Mst. Ximena Guerrero, directora de la tesis, por su gran apoyo; a mi familia; y a todos quienes de una u otra manera hicieron posible la realización del presente estudio.

RESUMEN:

Los medios influyen en la formación de la opinión pública mediante encuadres mediáticos, especialmente en temas sociales como la inmigración, donde sobresale un discurso basado en ilegalidad e invasión. Así pues, en la presente investigación se analizó las nuevas narrativas periodísticas utilizadas por los medios alternativos ecuatorianos GK y La Andariega para abordar la inmigración. Se realizaron dos análisis de contenido: el primero del tratamiento informativo y el segundo de narrativas transmedia. Además, se entrevistó a expertas en la temática. Los resultados mostraron que los medios alternativos plantean un encuadre más positivo que negativo, donde los inmigrantes son los protagonistas. Aunque se evidenció una escasa presencia de elementos transmedia, el uso de las redes sociales fue la principal estrategia, basada en el *storytelling* y el entorno digital, para retratar la inmigración. Así mismo, se señala la importancia de transformar los discursos mediáticos dominantes, mediante un enfoque basado en derechos.

Palabras clave: Análisis de contenido, Teoría del Encuadre, inmigración, narrativas transmedia, periodismo digital, redes sociales

ABSTRACT:

The mass media influences the formation of public opinion through media frames, especially on social issues such as immigration where a discourse based on illegality and invasion stands out. Thus, the present research analyzed the new journalistic narratives used by the Ecuadorian alternative media GK and La Andariega to address immigration. Two content analyses were conducted: the first focused on the informative treatment and the second on transmedia narratives. Additionally, experts in the subject were interviewed. The results showed that the alternative media present a more positive than negative frame where immigrants are the protagonists. Although there was limited presence of transmedia elements, the use of social media was the main strategy based on storytelling and the digital environment to portray immigration. Furthermore, the importance of transforming dominant media discourses through a rights-based approach is emphasized.

Keywords: Content analysis, Framing theory, digital journalism, immigration, social networks, transmedia narrative



Este certificado se encuentra en el repositorio digital de la Universidad del Azuay, para verificar su autenticidad escanee el código QR

Este certificado consta de: 1 página

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN:	III
ABSTRACT:	III
CAPÍTULO 1	7
1. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	7
1.1 Introducción	7
1.2 Influencia de los medios de comunicación ante la opinión pública	7
1.2.1 Agenda Setting	7
1.2.2 Teoría del Framing	8
1.3 Tratamiento informativo de la inmigración	9
1.3.1 Narrar la inmigración	10
1.4 Nuevas narrativas periodísticas	12
1.4.1 Narrativas Multimedia	12
1.4.2 Narrativas Crossmedia	13
1.4.3 Narrativas Transmedia	13
1.5 Hacia un periodismo transmedia	15
1.6 Medios alternativos de comunicación	16
1.6.1 Medios alternativos ecuatorianos	17
1.6.2 GK	17
1.6.3 La Andariega	18
1.7 Objetivos e hipótesis de investigación	18
1.7.1 Objetivo general	18
1.7.2 Objetivos específicos	18
1.7.3 Hipótesis:	19
1.7.4 Preguntas de investigación:	19
1.8 Conclusión del capítulo	19
CAPÍTULO 2	20
2. METODOLOGÍA	20
2.1 Unidades de Análisis	20
2.2 Libro de códigos	21
CAPÍTULO 3	23
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
3.1 Análisis de la inmigración	23
3.2 Análisis de las narrativas transmedia	27
CAPÍTULO 4	32
4. CONCLUSIONES	32

REFERENCIAS	34
ANEXOS	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	14
<i>Comparativo de las nuevas narrativas basadas en el storytelling y el entorno digital.</i>	14
Tabla 2.	29
<i>Análisis de los elementos transmedia presentes en el especial de La Andariega.</i>	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	23
<i>Enfoque de las historias sobre inmigración.</i>	23
Figura 2.	26
<i>Actores protagonistas que intervienen en las historias.</i>	26
Figura 3.	27
<i>Acciones realizadas sobre los inmigrantes en la narración.</i>	27
Figura 4.	28
<i>Captura de pantalla de las interacciones en la historia “Mildreth, entre las cicatrices y la militancia”, en la red social Instagram.</i>	28
Figura 5.	30
<i>Enfoque del elemento gráfico principal presente en la historia.</i>	30

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	46
<i>Análisis de los elementos transmedia presentes en el especial de GK.</i>	46

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

1.1 Introducción

Es importante analizar el tratamiento informativo de la inmigración que hacen los medios alternativos de comunicación del Ecuador, puesto que la forma en cómo las personas perciben el mundo está influenciada por los medios (McCombs y Evatt, 1995). Por ende, esta investigación tuvo como objetivo analizar las nuevas narrativas periodísticas que utilizan los medios alternativos ecuatorianos para retratar temáticas de conflicto social: análisis de la inmigración en las publicaciones de GK y La Andariega.

1.2 Influencia de los medios de comunicación ante la opinión pública

1.2.1 Agenda Setting

Estudios sobre la agenda mediática plantean que los medios de comunicación influyen en la formación de la opinión pública estableciendo qué asuntos o temas son de interés público y cuánta importancia se les da (Díaz, 2004), es decir que los medios al dar mayor relevancia a ciertos aspectos moldean las imágenes mentales que se tiene sobre el mundo. Como expresan McCombs y Evatt (1995) el rol de los medios no solo es proveer información y opinión, sino decirles a las audiencias qué deben pensar. La valoración que se hace acerca de la importancia de los temas está relacionada con la cantidad de espacio o tiempo que estos reciben en las parrillas de programación de los medios (Ardèvol-Abreu et al., 2020).

En 2015 Guo y McCombs profundizaron sus estudios sobre agenda setting llevándolos a una definición por niveles (McCombs, 2020). Los estudios dicen que una agenda está constituida por una colección de objetos o temas (primer nivel) que se caracterizan por un conjunto de atributos o *frames* (segundo nivel), que pueden estar conectados a través de redes (tercer nivel). En el primer nivel se intenta responder quién o quiénes son los actores que fijan la agenda a partir de la relevancia de los objetos. Entre los parámetros para definirlos se encuentra la ubicación, tamaño, disposición o mayor frecuencia de cobertura (Amadeo, 2008). Los temas compiten por la cantidad del espacio disponible como material no publicitario. Sobre todo, están restringidos por el umbral de atención de las personas que no les permite recordar más de cinco temas (Zhu, 1992).

Mientras que el primer nivel se caracteriza por la transmisión de la importancia del objeto, el segundo nivel se enfoca en la construcción de sus atributos (Guo y McCombs, 2015); dicho de otra manera, el modo en cómo un tema es cubierto afecta la forma en

cómo los receptores perciben el mundo (Zunino, 2019). Citando a Ardèvol-Abreu et al. (2020) los atributos son agendas complejas que definen un tema, generan una perspectiva determinada y condicionan la preferencia de una solución sobre otra.

Finalmente, el tercer nivel también conocido como Nivel de Agenda Setting en Red, explica cómo los medios pueden relacionar unos asuntos con otros (Castillo et al., 2021). Se postula que los medios de comunicación a través de los mensajes que distribuyen, y la memoria de largo plazo de las audiencias, pueden construir y remodelar redes asociativas (Ardèvol-Abreu et al., 2020). Los objetos con atributos también pueden transferirse simultáneamente entre una agenda y otra. En pocas palabras, los medios no solo dicen qué pensar y cómo pensar, sino también dicen qué se debe asociar y cómo hacerlo (Carazo, 2018).

1.2.2 Teoría del Framing

La teoría del framing o encuadre noticioso surge del segundo nivel del modelo de la Agenda Setting (Entman, 1993; Goffman, 1986). La forma en cómo se encuadra la información noticiosa está influenciada por diversos factores como normas, valores sociales o institucionales, la presión social y la propia ideología de los medios (Aruguete, 2017). Los periodistas al crear contenido aportan cierto ángulo, enfoque o perspectiva con el objetivo de que la información sea más comprensible (Muñiz, 2007). Por ejemplo, los encuadres de los textos suelen caracterizarse por la ausencia o presencia de ciertas palabras clave, fuentes de información específicas, o imágenes estereotipadas (Entman, 1993).

Existe un campo de discusión sobre el cómo identificar los encuadres dentro del análisis del discurso mediático. Para Tankard (2001) los encuadres noticiosos se pueden medir a través de: titulares, subtítulos, fotos, epígrafe, encabezado, selección y cita de fuentes, logos, estadísticas, gráficos, afirmaciones finales y párrafos. Por el contrario, Vreese (2005) sugiere que los *frames* deben poseer características conceptuales y lingüísticas identificables, ser observables en otras prácticas periodísticas similares y deben distinguirse de otros encuadres (Amadeo y Aruguete, 2013).

Por otro lado, los encuadres pueden ser noticiosos genéricos o noticiosos específicos. Lo que les diferencia es el grado de especificidad. Los primeros son aplicables a diferentes temas noticiosos, a lo largo del tiempo y en diferentes contextos, los segundos a aspectos típicos de eventos que necesitan ser abordados a detalle (Aruguete, 2017).

Estudios actuales de Quintana et al. (2020) y Amores et al. (2020) han utilizado la teoría de la agenda setting y la del framing para analizar el tratamiento periodístico sobre la inmigración, a partir del análisis de contenido de textos periodísticos e imágenes digitales. Los resultados demuestran que a través del encuadre los medios normalizan las formas dominantes de pensar y hablar sobre la inmigración. Así por ejemplo, se identifica una mayor presencia y prevalencia de encuadres visuales que muestran a los inmigrantes como una carga y una amenaza.

1.3 Tratamiento informativo de la inmigración

Partiendo de los análisis previamente señalados, este estudio se centrará en la construcción de la opinión pública en torno al tema migratorio. En este sentido, las estructuras discursivas enfatizan la migración desde varias categorías temáticas que muestran al otro como exogrupo, destacando diferencias, maldad o amenaza (Dijk, 2003; Yncierte, 2021a). Las noticias negativas suelen asociar a los inmigrantes con acciones delictivas y criminales. Los encuadres positivos son muy minoritarios y quedan relegados (Muñiz et al., 2007).

La narrativa migratoria se ha convertido en una herramienta que alimenta las ideas xenófobas, nacionalistas y proteccionistas de los gobiernos. Existe un discurso basado en los conceptos de ilegalidad e invasión, donde el inmigrante es una amenaza, reforzando la narrativa de “ellos” y “nosotros”. Sin embargo, también hay un discurso que busca confrontar este enfoque, a través de la compasión y el asistencialismo. El inmigrante, en este caso, es mostrado como una víctima que debe ser salvada (Truax, 2021).

En España, Igartua et al. (2005) a través de su escala Encuadres Noticiosos de la Inmigración (ENI) analizaron de forma cualitativa los encuadres de la inmigración presentes en la prensa y televisión española. Los resultados mostraron que los inmigrantes son asociados con la Ley de Extranjería y la entrada irregular de inmigrantes en pateras¹. El enfoque temático dominante vinculaba la inmigración con la delincuencia (Igartua et al., 2007). Del mismo modo, en el último año, se identificó la falta de representatividad de la diversidad, siendo el foco únicamente las llegadas por la Frontera Sur de personas procedentes de África Subsahariana. El tratamiento de la imagen depende de la procedencia de las personas o el flujo migratorio que se intenta retratar (Red Acoge, 2022).

¹ Embarcaciones pequeñas de fondo plano.

Scherman et al. (2022) demostraron que las personas expuestas a noticias con un marco negativo de inmigración expresan actitudes significativamente más intolerantes hacia los inmigrantes. En las noticias chilenas se vincula a los inmigrantes con eventos y conceptos conflictivos, como la ilegalidad y la criminalidad en Chile. Siendo la televisión el medio con mayor nivel de negatividad y sensacionalismo en la cobertura periodística (Scherman y Etchegaray, 2021).

De manera semejante, en Ecuador las agendas mediáticas sobre migración normalmente están relacionadas con el flujo migratorio o actos de discriminación. Las fuentes oficiales de los medios acostumbran informar sobre temas relacionados con conflictos, delincuencia o casos de muerte (Ynciarte, 2021b, 2021a). En su mayoría se muestran titulares emotivos, sentimentales o incitadores de odio. En el contenido de las noticias se menciona la cantidad de venezolanos desplazados, y testimonios de vida que generan un sentido de lástima, en vez de empatía. Las fuentes no presentan equilibrio, se da prioridad a las declaraciones a la parte que incrimina, dejándoles a los inmigrantes sin la oportunidad de defenderse públicamente (Henriquez et al., 2021).

Según el estudio de Márquez-Domínguez et al. (2022) existe una ausencia de un enfoque apegado a los derechos humanos en la cobertura sobre migración y movilidad humana. De igual manera, con la inclusión de género, ya que solo tres de cada diez noticias toman en cuenta los derechos de las mujeres inmigrantes.

1.3.1 Narrar la inmigración

Las historias no solo pueden ser de desgracia o tragedia (Reyes, 2021). Las buenas prácticas periodísticas sugieren que se mantenga el enfoque de la situación del inmigrante dando un contexto informativo y emocional. Los inmigrantes son los protagonistas de las historias, son los que cuentan sus propias experiencias, de modo que la audiencia pueda acceder a un retrato multidimensional de la realidad. La narración personalizada hace que el lector comprenda, sea empático o se sienta identificado con los sentimientos de la otra persona (Palau-Sampio, 2019).

GINNA MORELO (2019), maestra de la Fundación Gabo, aconseja narrar la inmigración evitando los estereotipos, la xenofobia y la aporofobia. Dicho de otra manera, hay que evitar el discurso de un “nosotros” y un “ellos”, ya que los seres humanos nacemos libres e iguales en dignidad y derechos sin importar el lugar donde residamos. Para derribar estas barreras, ciertamente hay que contar hechos y no prejuicios, conocer

la ley, mostrar humanidad, incluir todas las voces, y desafiar al discurso de odio (Morelo, 2023, 2019).

Un discurso incluyente con un enfoque apegado a los derechos humanos se caracteriza por enmarcar y resaltar palabras o construcciones gramaticales que reconocen al migrante como persona, alejándose de expresiones estereotipadas y de criminalización (Ramos y Martínez, 2021). Al visibilizar los derechos de los inmigrantes se contribuye a la disolución de prejuicios y expresiones peyorativas instaladas en el imaginario social. Existe una multiplicidad de abordajes de la inmigración, a través del lenguaje, que pueden incluirse en la cotidianidad para aportar a la igualdad, el respeto de los derechos humanos y el reconocimiento de una diversidad inherente a la condición humana (Giraudó, 2022).

La cobertura mediática de la inmigración comprende en usar correctamente los conceptos y términos de la dinámica migratoria. Hay que evitar el uso de metáforas y lenguaje deshumanizante que vinculen a los inmigrantes con la delincuencia, desastres naturales, animales, etc. (Morelo, 2023). Para ilustrar, la OIM (2021) cuenta con un glosario que define al inmigrante como la persona que se traslada a un país distinto al de su nacionalidad o de residencia habitual. No se puede hablar de migrantes ilegales porque la migración no es ilegal, pero sí se puede tener una condición irregular (no oficializar el ingreso o permanencia a un país).

Existe un cuidado del lenguaje, de la narrativa y del enfoque (Ramos y Martínez, 2021). Es importante mantener la coherencia entre los elementos gráficos y el texto. Se debe inspirar una elección de imágenes reales y positivas, no tienen que evocar pena, inseguridad o evasión (Bethancourt, 2022). El objetivo es potenciar la empatía y la percepción de que todos somos iguales. Tanto los protagonistas de las historias como los receptores se encuentran relacionados horizontalmente, sin jerarquías, en el proceso comunicativo (Garzón y Santamaría, 2018).

La crónica periodística es considerada como una de las formas más poderosas de narrar la vida de los migrantes porque permite entender sus vidas como si fuera una película. Cada escena hace que el emisor realmente vea, escuche, huelga y sienta la historia. Las vidas de las personas poseen nudos, conflictos y desenlaces. De esta manera, las audiencias pueden sumergirse en el mundo de cada personaje, como si estuvieran leyendo una novela sin ficción o un gran relato apasionante (Chávez, 2019; Guarnizo, 2019).

Las crónicas de la inmigración son literatura en dispersión. Al contar las historias se exploran diferentes narrativas como: la del dolor (la lejana), de los anhelos (el recuerdo), del silencio (lo no dicho), de la memoria (recuerdos), de la impermanencia (todo puede cambiar), y la de la oportunidad en el país receptor (Morelo, 2022).

En la actualidad se puede narrar la inmigración a través de narrativas híbridas. Los periodistas tienen la responsabilidad de responder a las necesidades de las diferentes audiencias, haciendo un ejercicio multiplataforma y multimodelo (Vargas, 2021). Explorar nuevas formas de comunicar ayuda a plantear las piezas periodísticas desde una mirada diferente. El rol del periodista es involucrarse mucho más allá de una entrevista, debe tener sensibilidad y aportar más involucrándose y actuando (Sulbarán, 2022).

En síntesis, las buenas prácticas periodísticas aconsejan emplear palabras correctas, usar fotografías de forma apropiada, enfocarse en el ser humano, desmentir los mitos, combatir los clichés y estereotipos, dejar que los inmigrantes sean los protagonistas, buscar hechos, investigar y analizar rigurosamente (Bethancourt, 2022).

1.4 Nuevas narrativas periodísticas

El mundo de la comunicación se encuentra ante un nuevo panorama que hace que el ser humano tenga la necesidad de crear nuevas narrativas y experimentar en nuevas formas de contar los hechos. En la actualidad, los relatos se pueden contar en múltiples plataformas, de forma más creativa, más completa y participativa, a través de un equilibrio entre el medio, la forma y la sustancia del mensaje (Ávila, 2020; Ryan et al., 2004).

El periodismo basado en el *storytelling*, conjunto de técnicas y estrategias para contar historias, se identifica por la necesidad de diversificar los mensajes en diferentes piezas y múltiples plataformas que enriquecen cada historia, adaptando el lenguaje periodístico a cada medio (Marcos-García et al., 2021). El receptor se vuelve parte del relato y construye nuevas historias a partir de sus propias experiencias (Renó y Flores, 2018).

Markova y Sukhoviyy (2020) identifican tres tipos de narrativas basadas en el *storytelling* y el entorno digital: multimedia, crossmedia y transmedia.

1.4.1 Narrativas Multimedia

En las narrativas multimedia una historia es contada utilizando diferentes formatos (piezas comunicacionales) adaptándose al lenguaje de cada uno de ellos, ya sea por

yuxtaposición o integración. Es decir, es una narración versátil, que puede ser narrada de diferentes formas y en un solo medio (Robledo et al., 2017; Samčović, 2022).

En la multimedialidad se utiliza un conjunto de formas básicas de información, como texto, imágenes o sonido, de forma integrada y en un mismo entorno para transmitir emociones con enfoques que las historias contadas en un solo formato no pueden (Guallar et al., 2010). Las noticias con una estructura de pirámide invertida enriquecen su contenido con videos, audios e hiperlinks, que hacen que las audiencias tengan una mejor experiencia al profundizar sobre el contenido y al participar activamente, dejando su retroalimentación (Ávila, 2020).

También se habla de narrativas multiplataforma donde un mismo relato es adaptado o replicado para ser narrado en diferentes medios o plataformas, adaptándose al lenguaje y forma del mismo. Se trata de distribuir una narrativa multimedia para que no sea contada en un solo lugar. Es considerada la forma más básica de narrativa multimedia porque se realiza la adaptación del contenido ya existente, como por ejemplo las novelas literarias que dado su éxito han sido llevadas a otras plataformas como el cine, telenovelas, series de tv o *streaming*, entre otros. (Sánchez y Otero, 2012).

1.4.2 Narrativas Crossmedia

Dicho lo anterior, las narrativas crossmedia son relatos integrados, que se desarrollan a través de diferentes plataformas, con diversos autores y estilos (Robledo et al., 2017; Sixto y López, 2020). La narración no se limita a la adaptación de la historia a diferentes medios, sino cada medio aporta algo nuevo, haciendo que los emisores sigan el producto a través de diferentes plataformas. Por lo tanto, las partes que conforman la narrativa no pueden ser consumidas de forma independiente porque no tienen sentido fuera del relato global (Paíno y Rodríguez, 2016; Porto et al., 2017). Para entender la narrativa se tiene que experimentar cada una de las partes distribuidas en los diversos medios.

Incorporar nuevos medios implica niveles más altos de interactividad en las audiencias. Los emisores adquieren un rol activo, se vuelven un elemento consustancial, por consiguiente, los creadores de las historias tienen que lograr que se culmine la experiencia, y fomentar la idea de que cada producto es un fragmento de una experiencia más amplia (Sanchez y Otero, 2012).

1.4.3 Narrativas Transmedia

El concepto de narrativas transmedia fue introducido por el académico estadounidense Henry Jenkins (2013), para referirse a los relatos que se cuentan a través de múltiples medios y plataformas. Este tipo de narrativa se caracteriza por una expansión narrativa y una cultura participativa. El receptor no se limita a consumir el producto cultural sino que participa activamente del mundo narrativo (Scolari, 2013).

Para Jenkins (2008) lo transmedia son aquellos relatos interrelacionados narrados en múltiples plataformas. Cada fragmento posee independencia narrativa y sentido completo, en otras palabras, son autónomos, pero en conjunto cuentan una gran historia. Los contenidos son consumidos por un segmento en particular para crear comunidades de seguidores, no solo se habla de múltiples medios, sino también de múltiples segmentos.

El contenido crossmedia es un requisito para construir narrativas transmedia, ya que la historia debe ser contada a través de diferentes medios, aprovechando las propiedades de cada uno de ellos. Todas las narrativas transmedia son crossmedia, pero no viceversa porque dependen del universo narrativo. En lo transmedia, los relatos guardan independencia narrativa, en lo crossmedia se debe consumir todos los fragmentos para que la historia tenga sentido. De modo que, para experimentar una historia transmedia no es necesario acceder al contenido narrado en cada medio, ya que cada elemento contribuye independientemente a la totalidad de la narrativa (Freire, 2020; Porto et al., 2017).

En la Tabla 1 se presenta un cuadro comparativo de las nuevas narrativas, donde se muestran las principales diferencias entre la narrativa multimedia, multiplataforma, crossmedia y transmedia.

Tabla 1.

Comparativo de las nuevas narrativas basadas en el storytelling y el entorno digital.

	Medios/Plataformas	Dependencia de cada fragmento	Participación del usuario
Multimedia	Uno		Posible
Multiplataforma	Varios	Dependiente (réplica/adaptación)	Posible
Crossmedia	Varios	Dependiente (expansión de la historia)	Posible
Transmedia	Varios	Autónomo (expansión de la historia)	Sí

Fuente: Calvo (2018) citado por Rubio y Serrano (2021)

1.5 Hacia un periodismo transmedia

Las narrativas transmedia nacen como respuesta a las nuevas realidades de consumo mediático por parte de públicos cada vez más fragmentados (Larrondo, 2016). Uno de los principales retos es la elaboración de no noticias, sino de historias periodísticas, donde se narre un acontecimiento actual mediante diferentes medios, soportes y plataformas (Bergero et al., 2019; Dioses y Rojas, 2018).

Las noticias complejas y largas son fragmentadas y presentadas en ambientes multiplataforma. Cada mensaje es autónomo y expande el universo informativo. Por ejemplo, las noticias pueden ser transmitidas en televisión, pero también publicadas en periódicos, revistas o páginas web, es decir se aprovechan todos los espacios, aún más si se realiza de manera simultánea, ya que cada fragmento es independiente (Porto et al., 2017).

Se diferencia del periodismo multiplataforma porque el contenido no es adaptado, sino se generan nuevos contenidos aprovechando los beneficios de cada medio. Igualmente, el periodismo crossmedia se ve limitado al poseer mensajes dependientes, además los niveles de participación del emisor son bajos. El periodismo transmedia abarca al multimedia, multiplataforma y crossmedia, expandiendo el relato y aumentando la interactividad (Barbosa y Seuma, 2018).

Moloney (2011) adaptó los principios de la narración transmedia propuestos por Jenkins (2009), para trasladarlos al periodismo:

Expansión/profundidad: la narración periodística es amplia y de fácil difusión.

Continuidad / multiplicidad: coherencia y continuidad editorial.

Inmersión/extracción: el emisor se sumerge en el mundo de la historia (transporte narrativo).

La construcción de mundos: el guion transmedia enriquece la macrohistoria, ya que permite visualizar los distintos caminos que deben seguir los contenidos en cada medio, para construir nodos narrativos y permitir la interactividad (Dioses y Rojas, 2018).

Subjetividad: son diferentes puntos de vista, cada periodista aporta con su discurso. Asimismo, los receptores pueden contribuir con una diversidad de miradas.

Performance (rendimiento): se mueve al emisor hacia la acción.

Para ejemplificar, de acuerdo con el estudio de Canavilhas (2018) la producción periodística portuguesa “*E Se Fosse Consigo?*” (2016), es uno de los pocos ejemplos de contenido transmedia, ya que cumple con todos los requisitos anteriormente mencionados, sobre todo es multiplataforma, cada historia está compuesta por fragmentos independientes de información y los receptores contribuían a las historias agregando elementos que podían cambiar el contenido del programa.

En Ecuador, el diario El Comercio utilizó narrativas transmedia para informar sobre el terremoto de 2016, usando fotografías, videos, infografías, gráficos y otros elementos que aportaban valor a las historias. Los enlaces internos y externos hacían que se tenga una visión más amplia de los hechos, de igual manera al momento de reaccionar, comentar o compartir los receptores adquirirían un rol participativo (Arrobo-Agila et al., 2021).

1.6 Medios alternativos de comunicación

Con el surgimiento de los medios digitales se promovió una comunicación transformadora e innovadora. Hoy en día, el periodismo digital moldea y es moldeado por las nuevas tecnologías y plataformas, impulsando el surgimiento de nuevas narrativas alejadas de la práctica tradicional. El lenguaje, lo transmedia y la interactividad alimentan nuevas formas de narrar las historias dando voz a aquellos actores sociales marginados (Vázquez, 2021).

Los medios alternativos forman parte de un sistema mediático alternativo al tradicional. Surgieron como una nueva perspectiva que visualiza a diferentes actores sociales, mediante una comunicación horizontal gestionada por una comunidad (Rodríguez, 2010; Romero y Villalva, 2022; Salaverría et al., 2019). Estos medios se basan en el ideal de la comunicación contrahegemónica, no buscan comunicar para lucrar, sino dar voz y visibilidad a las minorías sociales. De ahí que, los periodistas tengan mayor libertad creativa, utilicen un lenguaje más coloquial, y descubran información que puede mejorar la vida de las personas (Pereira, 2021).

Este tipo de medios se caracterizan por no tener fines comerciales, asumen una actitud crítica, dan voz y acceso a los sectores marginados, muestran diferentes perspectivas, manejan información de contenido social y principalmente buscan democratizar las comunicaciones (Behar, 2021). De la misma forma, cuentan con agendas

independientes, tomando en cuenta temas socialmente relevantes, que antes no estaban en la parrilla como la migración, el racismo y el género (Romero y Villalva, 2022).

Para ilustrar mejor, en medios alternativos ecuatorianos tales como GK y La Barra Espaciadora, los mismos fundadores de los medios son los que administran y publican los contenidos mediante colaboraciones externas con periodistas de otros medios, sin tener ninguna relación de dependencia (Morejón y Zamora, 2019).

1.6.1 Medios alternativos ecuatorianos

En Ecuador, Diario Hoy es considerado el primer medio impreso online, ya que en 1994 empezó a publicar su versión web, adaptando su contenido (narrativa multiplataforma). Desde entonces, varios medios convencionales tradicionales, como El Comercio (1996) y El Universo (1997), migraron a las nuevas plataformas digitales y redes sociales. En cambio, los nuevos medios surgieron ya en la red, por ello son considerados nativos digitales, presentando nuevas alternativas comunicacionales (Gómez et al., 2021).

Los primeros medios digitales ecuatorianos se caracterizaban por ser pruebas de comunicación virtuales, basadas en las mismas rutinas tradicionales de producción (Romero y Villalva, 2022). Sin embargo, actualmente, los medios proponen estrategias innovadoras en el periodismo local. Los diferentes periodismos, como el de investigación, interpretación, opinión y profundidad, nacieron a partir del clima de polarización creado por el debate y aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el país (Loor, 2018).

La aparición de nuevas formas de comunicar gira en torno al surgimiento de nuevas herramientas, formatos, narrativas, nuevos actores, nuevas agendas, e incluso nuevas formas de trabajo (Escobar, 2022). Varios medios son el resultado del contrapoder y de la militancia respecto al periodismo tradicional. Por ejemplo, GK y La Andariega vieron la necesidad de presentar nuevos formatos e historias que no formaban parte de las agendas mediáticas de los medios tradicionales, y se han consolidado como medios digitales independientes representativos tanto a nivel nacional, GK, como a nivel local, La Andariega.

1.6.2 GK

GK es un medio independiente fundado en 2011 como GKillCity, en 2017 se cambió de nombre y adoptó una perspectiva de hacer periodismo de investigación en múltiples formatos: crónicas, reportajes, investigaciones, entre otros. Su objetivo es

cambiar la sociedad a través de un periodismo de profundidad con un enfoque basado en los derechos humanos (Romero y Villalva, 2022).

Es más, es considerado el medio ecuatoriano de elección para tratar proyectos transnacionales en la región, junto a sus aliados de América Latina y Europa, tales como Connectas, Chequeado y Distintas Latitudes. Entre sus temas de cobertura periodística están el medioambiente, desigualdad, migración, etc. (GK, 2023).

1.6.3 La Andariega

La Andariega, es un medio digital cuencano que genera nuevas narrativas periodísticas para acercar a la ciudad y sus diferentes espacios, mediante un periodismo innovador. Nació en 2017 como una plataforma de podcast apostando por un periodismo de profundidad.

Como medio de comunicación, una de sus metas es ser un referente del buen periodismo local en el país, tratando temas relevantes para la sociedad cuencana. Se diferencia de los medios tradicionales por generar proyectos inclusivos basados en las buenas prácticas periodísticas (La Andariega, 2023).

1.7 Objetivos e hipótesis de investigación

Luego de haber realizado la anterior revisión bibliográfica es importante plantear los siguientes objetivos de investigación, así como preguntas e hipótesis.

1.7.1 Objetivo general

- Analizar las nuevas narrativas periodísticas que utilizan los medios alternativos ecuatorianos para retratar temáticas de conflicto social: análisis de la inmigración en las publicaciones de GK y La Andariega.

1.7.2 Objetivos específicos

- Identificar las nuevas narrativas periodísticas asociadas al uso de redes sociales y el *storytelling*.
- Describir las características de las nuevas narrativas periodísticas sobre la inmigración presentadas en los medios alternativos ecuatorianos: GK y La Andariega.
- Identificar el encuadre mediático utilizado por los medios alternativos de comunicación para narrar la inmigración.
- Describir las estrategias y acciones de buenas prácticas periodísticas para abordar conflictos sociales.

1.7.3 Hipótesis:

H1: Las nuevas narrativas periodísticas sobre la inmigración tienden a presentar un enfoque más positivo que negativo, a favor de los inmigrantes, en los medios alternativos de comunicación del Ecuador.

H2: Existe diferencia significativa entre ambos medios a nivel del tipo de enfoque de las historias sobre inmigrantes.

H3: Hay diferencia significativa en las acciones realizadas por los inmigrantes, y sobre los inmigrantes respecto a los medios analizados (GK y La Andariega).

H4: Se presentan diferencias significativas entre las acciones realizadas por los inmigrantes y los lugares geográficos dónde suceden los hechos.

1.7.4 Preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son las nuevas narrativas periodísticas presentes en los medios de comunicación alternativos del Ecuador?
- ¿Cuál es el enfoque periodístico de las nuevas narrativas que se aplica en los medios de comunicación digital ecuatorianos para abordar el tema migratorio?
- ¿Cuáles son las estrategias y acciones de buenas prácticas periodísticas para cubrir temas relacionados con el fenómeno migratorio?

1.8 Conclusión del capítulo

Para resumir, los medios de comunicación pueden llegar a influir en la opinión pública al moldear las imágenes mentales que se tiene sobre el mundo, es decir, los medios no solo proveen información y opinión, sino que también dicen a las audiencias qué y cómo deben pensar

Las teorías de la Agenda Setting y Framing se han utilizado para analizar el tratamiento periodístico sobre la inmigración, donde se evidencia que las estructuras discursivas migratorias refuerzan una narrativa de “ellos” y “nosotros”. Los encuadres positivos son minoritarios lo que demuestra la ausencia de un enfoque apegado a los derechos humanos. No obstante, las historias no solo pueden ser de desgracia o tragedia. Las buenas prácticas periodísticas aconsejan mantener un cuidado del lenguaje, de la narrativa y del enfoque, tal como se propone en el uso del *storytelling* (narrativas multimedia, crossmedia, y transmedia) que permite contar los hechos en múltiples plataformas, de forma más creativa, más completa y participativa. Por último, se presentan los objetivos específicos, las hipótesis y preguntas de esta investigación.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

El presente estudio tiene un enfoque mixto. En lo cuantitativo se realizó una investigación con alcance correlacional, diseño no experimental, la metodología fue la del análisis de contenido de 12 historias sobre inmigrantes publicadas en los especiales de GK y La Andariega, medios alternativos de comunicación del Ecuador. Los datos obtenidos se analizaron en el software SPSS 27.

El análisis de contenido es una técnica de investigación para describir cómo se cubren los temas controvertidos, como la inmigración, en los medios de comunicación (Nguyen, 2020). De acuerdo con Brüggemann (2014) las investigaciones de encuadre pueden basarse en el análisis de contenido, sin embargo, es necesario combinar esta técnica con otras para realizar un análisis más profundo y recolectar datos sobre las prácticas de *framing* periodístico. Así pues, en esta investigación, en cuanto al enfoque cualitativo se realizaron tres entrevistas a profundidad a periodistas expertas en el tema, tanto de medios tradicionales como alternativos.

2.1 Unidades de Análisis

La muestra definida para esta investigación estuvo comprendida por los especiales sobre inmigración publicados en los medios alternativos ecuatorianos GK y La Andariega, cuya unidad de análisis fue por párrafos (para el análisis de contenido del tratamiento informativo) y por especial (para el análisis de contenido de narrativas transmedia).

En 2021, La Andariega publicó el especial *Ir hacia delante*, un podcast donde se narran las historias de mujeres migrantes que decidieron salir de Ecuador o llegar a él. En cada episodio se cuenta las experiencias de mujeres cubanas, venezolanas y ecuatorianas que maternan en soledad o se ajustan económicamente para enviar remesas a sus familiares.

Aunque el podcast cuenta con tres episodios, por la temática de la investigación solo se analizaron dos episodios: *Por los que se quedan*, y *Maternar en Soledad*. El tercero, *Por nuestros sueños*, fue descartado porque en él se relata la experiencia de una migrante ecuatoriana. Para transcribir las historias de audio a texto se usó la plataforma Sonix.

Por otro lado, en 2022, la Escuela GK conjuntamente con la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) lanzaron un programa de formación para jóvenes migrantes ecuatorianos, en el cual se entregaron diez becas para producir reportajes, crónicas, fotorreportajes y otros géneros periodísticos. Las historias ganadoras fueron las siguientes:

1. “Hay días duros, pero me siento tranquila con mi decisión”
2. El trombón de 1500 kilómetros
3. Migrar con un violín
4. Entre cambios y transformaciones: ser adolescente y migrante
5. Empezar de cero, por segunda vez, en una segunda patria
6. Mildreth, entre las cicatrices y la militancia
7. Un rincón de Venezuela en La Alborada
8. Migrar y emprender para cumplir un sueño
9. En busca de una doble aceptación
10. Jackeline, la migrante venezolana que emprendió y da trabajo a cuatro familias

Además, para el análisis del ecosistema mediático que conforma el mundo transmedial, se tomó en consideración el contenido publicado y las reacciones de los usuarios, acerca de las historias en la página oficial de cada medio, y sus redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter). Por lo cual, se consideró un periodo de análisis, en el caso de La Andariega: noviembre y diciembre de 2021. El periodo de análisis del contenido publicado por GK estuvo comprendido entre julio y septiembre de 2022.

2.2 Libro de códigos

En la siguiente investigación se hicieron dos análisis de contenido, el primero de la inmigración, y el segundo de las narrativas transmedia.

Para el análisis de contenido de la inmigración, de la muestra seleccionada, se utilizaron las categorías propuestas en la investigación de Igartua et al. (2005):

- a) Lugares geográficos (dónde sucede):** los lugares geográficos asociados con la inmigración o los inmigrantes (ciudades, regiones, comunidades, poblaciones en donde suceden los hechos, sucesos o acontecimientos vinculados con los inmigrantes o la inmigración).
- b) Espacios físicos (dónde sucede):** los contextos asociados con la inmigración o los inmigrantes (en qué espacios físicos concretos suceden los hechos, sucesos o acontecimientos vinculados con los inmigrantes).

- c) **Espacios temporales (cuándo sucede):** las fechas, horarios, momentos del día o de la noche, etc. en los que se desarrollan los hechos narrados.
- d) **Actores protagonistas (quiénes):** los actores individuales, grupales o institucionales que intervienen en las noticias sobre inmigración.
- e) **Definición de inmigrante (cómo se define al inmigrante):** los criterios que se utilizan para calificar o referirse a los inmigrantes en los relatos noticiosos.
- f) **Acciones realizadas por los inmigrantes (qué hacen los inmigrantes):** la diversidad de acciones realizadas por los inmigrantes.
- g) **Acciones realizadas sobre los inmigrantes (qué se hace a los inmigrantes):** la diversidad de acciones realizadas sobre los inmigrantes.

Adicionalmente, se usó la categoría *ad-hoc* denominada enfoque, y para el análisis de los elementos gráficos principales que acompañaban a las narraciones se usaron las siguientes categorías *ad-hoc*: tipo de elemento gráfico, protagonistas retratados, y enfoque.

Por otra parte, para el análisis de contenido de las narrativas transmedia se usaron las categorías propuestas por Robledo et al. (2017):

1. **Contenido principal:** la macrohistoria (historia principal que es la base narrativa del proyecto transmedia).
2. **Contenido expandido:** información relevante que añade valor a la historia principal.
3. **Contenido adaptado:** nuevos contenidos, basados en variaciones del contenido preexistente, que añaden valor por su utilidad o atractivo.
4. **Interacción Social:** los foros sociales que permiten la interacción entre la misma audiencia (blogs, chats, sitios de redes sociales).
5. **Interactividad:** la interacción entre los creadores del relato y el público.
6. **Contenido generado por el usuario:** las producciones generadas por la audiencia.
7. **Productos:** los productos relacionados a la historia elaborados por los autores del relato o asociados (*merchandising*).
8. **Otras actividades:** actividades temáticas o experiencias relacionadas con la historia principal.
9. **Tono y estilo:** si las historias tienen un tono coloquial/ juvenil o formal/ serio.

CAPÍTULO 3

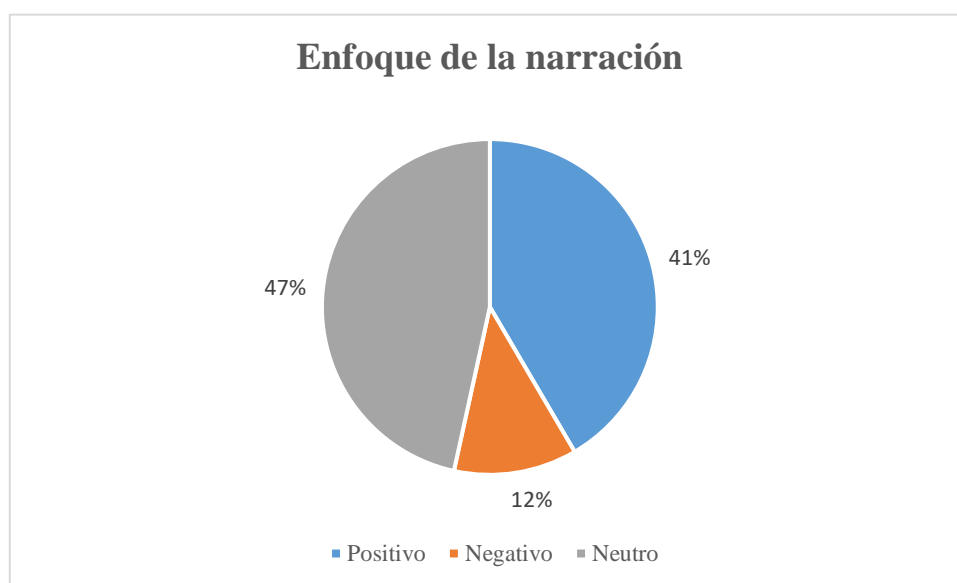
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de la inmigración

De los 320 párrafos, que correspondían a las 12 historias sobre inmigración, la mayor parte fue publicada en la sección de Derechos (72,2%) de los medios alternativos de comunicación. Se analizaron sobre todo reportajes/especiales (100%). Con relación al análisis de la inmigración, casi la mitad de las unidades analizadas tenían un enfoque neutro. En lo que concierne a la primera hipótesis (H1) las nuevas narrativas periodísticas sobre la inmigración sí presentan un enfoque más positivo que negativo.

Figura 1.

Enfoque de las historias sobre inmigración.



Los medios alternativos GK y La Andariega narran la inmigración usando nuevas narrativas periodísticas, con un enfoque apegado a los derechos humanos, evitando marcos estereotípicos. Estudios ecuatorianos previos (Márquez-Domínguez et al., 2022; Mesias et al., 2022) demostraron que los medios de comunicación tradicionales acostumbran a informar sobre conflictos, delincuencia o casos de muerte (Ynciarte, 2021a, 2021b), donde los inmigrantes no tienen la oportunidad de defenderse públicamente y son considerados una amenaza para la sociedad (Borja, 2019; Henriquez et al., 2021).

Karla Crespo, cofundadora de La Andariega, comentó que en el especial *Ir hacia adelante* no se aborda la migración desde una mirada masculina como siempre se lo ha hecho, porque la migración también es femenina. “Busqué ser muy cuidadosa con la

revictimización, primero por el hecho de ser mujeres, que es muy difícil en un contexto migratorio y también por el hecho de ser migrantes”. Para Crespo maternar en soledad o enviar remesas es complicado e invisible, de ahí que se hayan tomado esas acciones en el especial.

Igualmente, para la autora de la historia *Mildreth, entre las cicatrices y la militancia*, Estefanía Montenegro, el especial de GK buscó retratar diferentes historias ya que “las personas que se desplazan no viven todo el tiempo en esas condiciones, se estabilizan, o se mueven a otros lugares, sus vidas encuentran otros rumbos y estabilidad económica”. El objetivo fue contar historias no contadas antes con un enfoque basado en los derechos humanos, donde las personas que se han desplazado tienen un espacio para hablar sobre sus vidas.

Algunas buenas prácticas periodísticas que fueron utilizadas para narrar las historias según Crespo y Montenegro fueron:

- No dar por sentado que la audiencia sabe qué es migrar o inmigrar.
- Saber qué si se puede o no contar, por ejemplo, cambiar nombres o evitar mencionar las locaciones donde suceden los hechos.
- Tener un acercamiento con los inmigrantes (mirar mucho, observar, escuchar, acompañar), evitando ponerles en riesgo.
- Hacer que los mismos inmigrantes sean los protagonistas de las historias.
- Usar varios recursos como podcasts, videos, fotografías, etc.
- No utilizar fotografías de una forma literal, sino más poética como utilizar paredes en blanco, es decir no solo fotografiar a la persona, sino también su entorno.

En lo que respecta a la segunda hipótesis (H2) sí existe una diferencia estadísticamente significativa entre el medio y el enfoque de las historias [$X^2(2, N = 320) = 19,307, p = .000$]. Los resultados muestran que GK presenta un enfoque más positivo (47,6%) a diferencia de La Andariega (25,8%) que manifiesta un encuadre más neutro (66,3%) y menos negativo (7,9%).

Por lo general, en las historias no se mencionaban los lugares geográficos donde sucedían los hechos (58,4%), un 14,7 % hablaba de todo el territorio ecuatoriano o Ecuador, y un 8,1% se refería a Venezuela. A su vez, en la gran mayoría de los elementos

analizados los espacios físicos no eran mencionados (71,9%), tan solo un 9,7% hacía mención a espacios públicos (9,7%), como por ejemplo el Malecón 2000, plaza de Cúcuta (Colombia), parque La Carolina (Quito), Estadio Metropolitano de Mérida, y la avenida Gabriel Roldós (Guayaquil).

De igual manera, generalmente no se nombraba los espacios temporales (76,3%), y un 12,8% correspondía a otros, ya que se narraban los recuerdos de los protagonistas sin especificar momentos de tiempo puntuales, para ejemplificar a continuación se presentan algunos espacios temporales identificados como otros:

- Alis Villarroel, de 33 años de edad, empezó a hacer música desde que tenía 9, en su natal Venezuela.
- Pero dos años después estaba vendiendo *cupcakes* en las calles de Quito, Ecuador.
- Después de separarme de mi agresor, busqué apoyo en algunas organizaciones para empezar un emprendimiento.
- El esposo de Lumey viajó primero, consiguió un lugar seguro y luego de nueve meses viajó ella para comprar los pasajes de avión.

Teniendo en cuenta los datos anteriores, hay que considerar que la OIM (2020) recomienda obtener el consentimiento informado del inmigrante, ya que se puede encontrar en una situación vulnerable, por lo cual no se pueden revelar algunos datos como por ejemplo: lugares dónde suceden los hechos, espacios físicos o temporales.

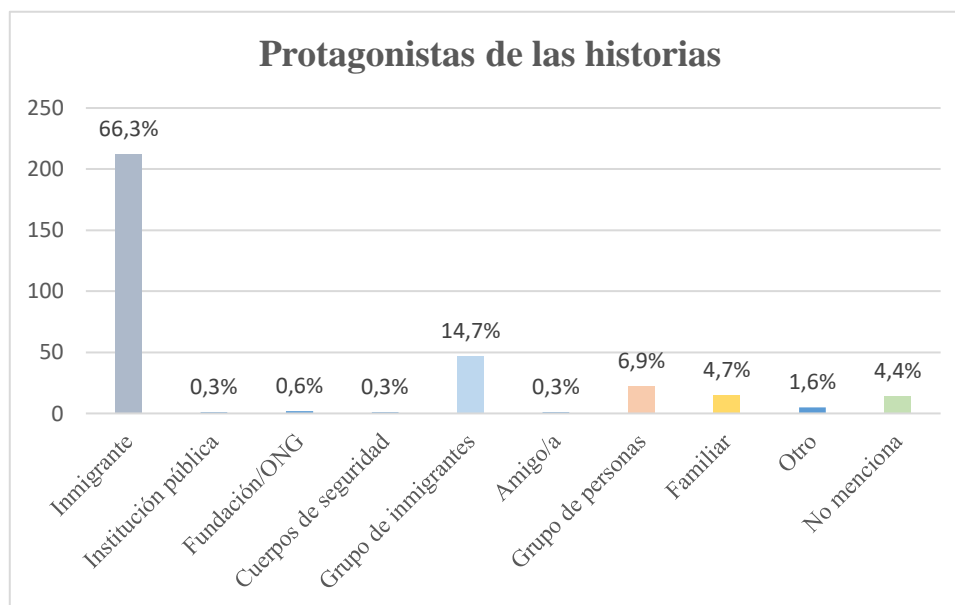
Por otra parte, mayormente los relatos eran protagonizados por una persona inmigrante (66,9%) o un grupo de inmigrantes (14,7%). En la minoría de casos no se identificó como actores principales a instituciones públicas (0,3%) o cuerpos de seguridad (0,3%). En cambio, Borja (2019) sostiene que en los diarios ecuatorianos las fuentes gubernamentales tienen un tratamiento privilegiado porque muchas veces sus pronunciamientos no son contrastados.

Las buenas prácticas periodísticas para abordar la inmigración sugieren que las voces de los inmigrantes sean el centro de las historias (Palau-Sampio, 2019), es por eso que los resultados de este estudio reflejan que los mismos inmigrantes eran los protagonistas de las historias. Sus testimonios en primera persona brindaban detalles para entender de forma más humana el fenómeno de la migración, evitando el uso de un

lenguaje deshumanizante que los vincule con la delincuencia, invasión o ilegalidad (Truax, 2021).

Figura 2.

Actores protagonistas que intervienen en las historias.



La definición de inmigrante, que utilizaban para calificar o referirse a los inmigrantes en las narraciones, en su mayoría no se calificaba (86,9%), sin embargo, el 13,1% utilizaba el calificativo de emprendedor.

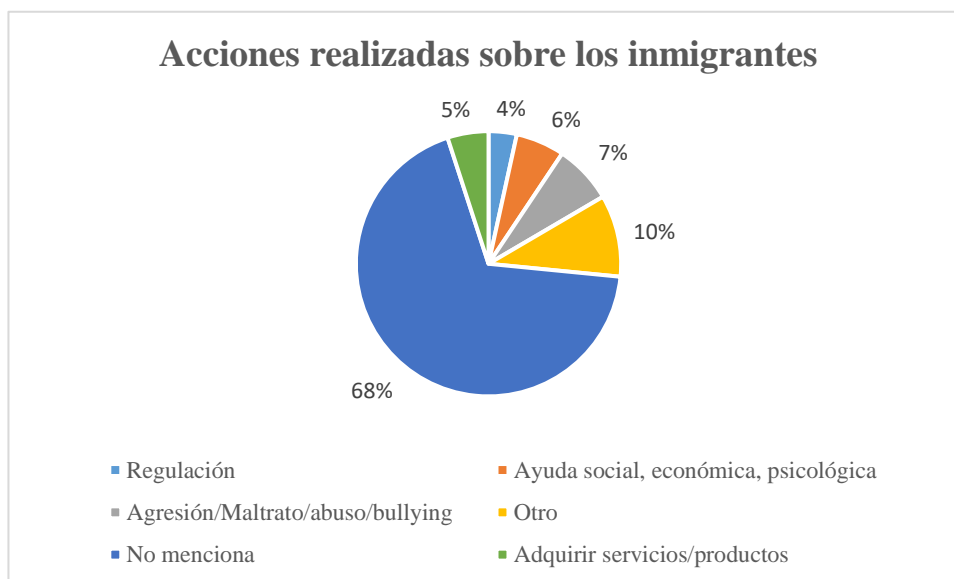
Estudios anteriores revelan que muchas veces en los medios tradicionales ecuatorianos los inmigrantes son presentados como sujetos vulnerables, propensos a ser discriminados y excluidos (Mesias et al., 2022). Las palabras que más se suelen mencionar son: “venezolanos” y “migrantes”, no solo para nombrar su nacionalidad, sino también para relacionarlos con hechos violentos, entrada y salida ilegal, delincuencia y malas condiciones de vida. En otros casos bajo una connotación que genera lástima, mostrándolos como indefensos o vulnerables (Henriquez et al., 2021).

Los resultados de esta investigación revelan que las acciones más comunes realizadas por los inmigrantes eran otras actividades (27,2%), como tocar un instrumento, crear un canal en YouTube, o hacer los quehaceres del hogar. En un 18,1% de ocasiones no se mencionaba la actividad, aun así, se nombraban acciones como trabajar (16,6%), emprender (14,4%), y emigrar (11,6%). Del mismo modo, las acciones realizadas sobre los inmigrantes generalmente no eran nombradas (68,4%), un 7,2% de veces se hablaba

de agresión/abuso, y un 5,9% ayuda social, económica o psicológica hacia el inmigrante o inmigrantes.

Figura 3.

Acciones realizadas sobre los inmigrantes en la narración.



Con respecto a la tercera hipótesis (H3), se observó que existían diferencias significativas entre el tipo de enfoque (positivo, negativo y neutral) y las acciones realizadas por los inmigrantes [$X^2(20, N = 320) = 33,987, p = .026$] al igual que las acciones realizadas sobre los inmigrantes [$X^2(10, N = 320) = 34,102, p = .000$]. Por lo general los dos medios no mencionan las acciones realizadas sobre los inmigrantes, no obstante, cuando se muestra un enfoque negativo el porcentaje es menor (60,5%). Cualquier tipo de agresión al inmigrante tiene un enfoque más negativo (26,3%), que positivo (5,3%) o neutro (4%). Con relación a las acciones ejecutadas por los inmigrantes, emigrar posee un enfoque más positivo (21,1%) que negativo (5,3%), y trabajar muestra un enfoque más negativo (21,1%).

Por otra parte, en cuanto a la cuarta hipótesis (H4) existe una diferencia estadísticamente significativa entre el medio y las acciones realizadas por los inmigrantes [$X^2(10, N = 320) = 58,251, p = .000$]. GK habla más sobre emprender (18,6%) en contraste con La Andariega (3,4%) que narra mayormente acerca de sustentar económicamente (9%), Maternar (9%) y viajar/trasladarse (6,7%).

3.2 Análisis de las narrativas transmedia

Tras haber realizado el análisis de las narrativas transmedia, se puede observar en [Anexo 1](#), que el especial de GK narra historias de superación de inmigrantes venezolanos

(macrohistoria). El especial es contado a través de diez historias paralelas, ya que cada una se desarrolla al mismo tiempo, con diferentes personajes y tramas. Se usó un tráiler donde se presentó fragmentos de cada historia, para darle al público una idea del relato global. Las historias fueron publicadas en la página oficial de GK. En sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter se publicó contenido usando los elementos gráficos de las historias publicadas en la página web.

La historia con mayor número de interacciones en Instagram fue *Mildreth, entre las cicatrices y la militancia*; 1687 reacciones y 14 comentarios. En Facebook; *Migrar con un violín* (42 me gusta, 16 me encanta, 8 comentarios y 37 compartidos). Siendo Instagram y Facebook las redes sociales donde más interacción hubo entre la audiencia y las historias. Asimismo, fueron plataformas de conocimiento, opinión y expresión que permitieron al usuario adquirir y compartir información, expresarse y compartir opiniones con otros usuarios. Conviene subrayar que cuando se realizó el análisis los comentarios, en la página web, no estaban habilitadas a causa de una decisión editorial. Los medios de comunicación digitales optan por deshabilitar la función de comentarios para reducir el spam (Boberg et al., 2018).

Figura 4.

Captura de pantalla de las interacciones en la historia “Mildreth, entre las cicatrices y la militancia”, en la red social Instagram.



Por otro lado, las actividades diversas realizadas en relación con el relato global fueron talleres virtuales de periodismo y migración, becas, y acompañamiento editorial, que estuvieron dentro del Programa de formación de periodismo y migración impulsado por la Escuela GK y la OIM.

Tabla 2.

Análisis de los elementos transmedia presentes en el especial de La Andariega.

Contenido principal	
Historias de mujeres migrantes que maternan en soledad o envían remesas a sus familiares	
Contenido expandido	
Historias paralelas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Por los que se quedan 2. Maternar en Soledad
Contenido adaptado	
Avances	Contenido en las redes sociales de La Andariega.
Interacción social	
Página oficial de La Andariega y sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter	
Contenido generado por el usuario	
Plataformas de conocimiento	Página oficial de La Andariega y sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter
Tono y estilo	
Coloquial / juvenil	

De manera similar al análisis anterior, en la Tabla 3 se muestra que el especial *Ir hacia delante*, publicado por La Andariega, está formado por dos historias paralelas de mujeres inmigrantes contadas en tono coloquial/juvenil. La página oficial de La Andariega y sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter permitieron la interacción social y el contenido generado por los usuarios a través de plataformas de conocimiento. Además, por ser un podcast fue publicado en la plataforma SoundCloud. La historia con más interacciones en las redes sociales fue *Por los que se quedan*, sumando en Instagram un total de 15 interacciones y un comentario, asimismo en Twitter (5 me gusta, 2 Retweets y 1 comentario).

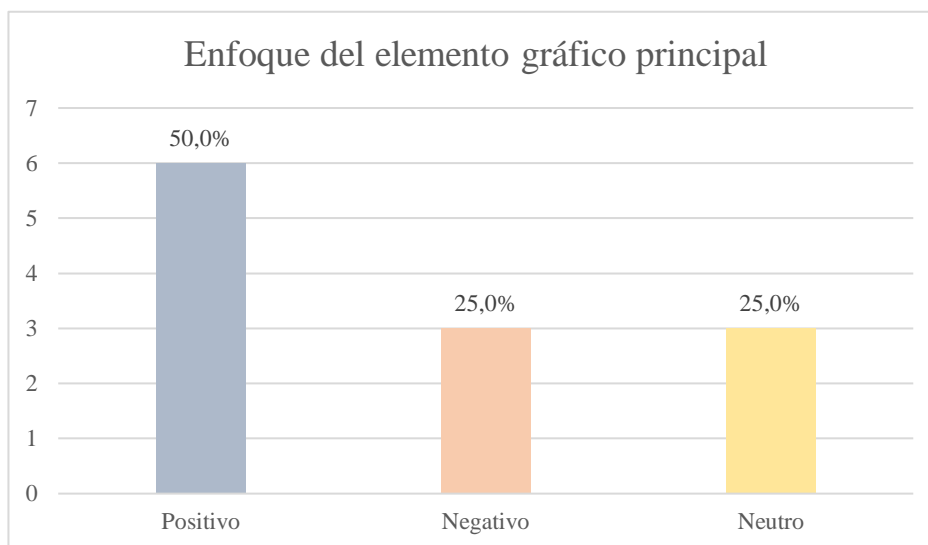
Al igual que otras investigaciones realizadas en el país (Arrobo-Agila et al., 2021; Márquez-Domínguez et al., 2022; Sanguña y Cruz, 2020), en los dos medios se evidenció una escasa presencia de elementos transmedia, dado que se utilizan las redes sociales mayormente para promocionar el contenido publicado en las páginas web oficiales, aplicando una narrativa multiplataforma. Con referente a la multimedialidad en la narrativa, existe coherencia entre los elementos gráficos y el texto.

Se observó que todas las historias contaban con un elemento gráfico principal (100%), en su mayor parte de tipo ilustración (58,3%) y fotografía (41,7%). Generalmente estos elementos mostraban un enfoque positivo (50%). Los actores principales retratados eran los inmigrantes (91,7%). Las fotografías, gráficos o ilustraciones pueden generar impacto visual, haciendo que la audiencia cree vínculos emocionales con las historias,

sobre todo las fotografías periodísticas permiten mostrar la humanidad que está detrás de las estadísticas (De-Andrés et al., 2016).

Figura 5.

Enfoque del elemento gráfico principal presente en la historia.



Tanto GK como La Andariega usaron WhatsApp y Telegram, sobre todo para compartir las historias. Crespo explica que estos medios permitieron que las familias de los inmigrantes dejaran su retroalimentación. “Una hija respondió muy emocionada y llorando porque la historia le había llegado tanto, porque no sabía que a veces la mamá tenía que restringirse de ciertas cosas para que ella pueda recibir la remesa mensual” indicó Crespo.

El periodismo digital surge como una narrativa multiplataforma, los periódicos vieron la necesidad de adaptar su contenido impreso para publicarlo en la web. La periodista Jackeline Beltrán menciona que: “Lo que han hecho los medios de comunicación en los últimos años ha sido adaptarse a la forma en cómo el público consume la información. Hoy ya no buscamos información, la información nos tiene que buscar a nosotros”. Beltrán, explica que esto se produce porque somos personas diversas, además con lo multiplataforma se cuentan mejor los hechos. Al usar el storytelling se activan las emociones de las personas haciendo que se sientan identificadas. “Puedes sentirte identificado con una historia, puedes emocionarte, reírte, llorar, indignarte, puedes sentir que esa historia es la tuya, y por eso nos enganamos”.

En la actualidad el periodismo sigue siendo multiplataforma, pero se cuentan los hechos a través de diferentes plataformas, intentando aplicar nuevas narrativas como lo

transmedia. Beltrán expresa que: “Al momento que nosotros insertamos un tweet en una nota, estamos intentando hacer eso, es como que una parte muy incipiente y es lo más común que vamos a ver ahora”. Lo transmedia, al ser una nueva narrativa, no es aplicada en su totalidad. “El periodismo transmedia existe. Sabemos cómo se hace, pero probablemente por recursos, porque toma mucho tiempo, no se lo aplica mucho”. De igual forma, comenta que la interactividad sigue siendo un pendiente. “Hay muy poca interactividad en los medios. Lo que hay es un nivel básico”. Existen intentos como poner un número de WhatsApp, o usar otras redes sociales para que exista interacción entre el público y el medio.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES

En el país, la implementación de nuevas narrativas en el periodismo digital se encuentra en sus primeras etapas, hay una escasa reflexión académica sobre la relación entre el periodismo de migraciones y lo transmedia, por este motivo fue difícil encontrar evidencia empírica para argumentar de mejor manera las preguntas de investigación.

Al finalizar este estudio se pudo identificar que los medios alternativos de comunicación ecuatorianos para abordar la inmigración principalmente utilizan narrativas multiplataforma y multimedia, donde el contenido es adaptado dependiendo de las propiedades de cada medio, pero sin proporcionar un valor agregado a la información, en otras palabras, en las diversas plataformas se duplica el contenido con el objetivo de difundirlo y promocionarlo.

Por otra parte, este trabajo de titulación señala la importancia de comprender que las nuevas narrativas, tanto periodísticas como digitales, están promoviendo un enfoque más humano, con el propósito de transformar los discursos mediáticos dominantes, de los medios tradicionales, que tienden a deshumanizar y estigmatizar a las personas que eligen migrar, como se ha evidenciado en estudios anteriores.

Las nuevas narrativas han favorecido al cambio de paradigma, de un periodismo tradicional a uno digital más humano, que no discrimina y no fortalece los estereotipos que muestran a los migrantes como exogrupo. Los medios de comunicación influyen en la opinión pública es por eso que es necesario desafiar los discursos de odio. Una narrativa con un enfoque basado en los derechos humanos reconoce y visibiliza los derechos de las personas, sin importar el lugar donde residan.

Se requiere que desde la academia se formen periodistas especializados con un enfoque más social, donde su compromiso vaya más allá de una entrevista, ya que su rol es actuar como intermediarios entre las audiencias y los medios de comunicación. De igual manera, es necesaria una formación académica en narrativas transmedia, puesto que el uso de múltiples medios permite una comunicación horizontal, haciendo que el receptor se vuelva prosumidor de la información y se relacione con el contenido periodístico, no únicamente en el aspecto informativo, sino también desde el lado más humano, más cercano con la historia y sus protagonistas.

Finalmente, con base en los resultados se sugiere que en futuras investigaciones se analice también cómo el uso de nuevas narrativas en el periodismo influye en la percepción que los ecuatorianos tienen sobre los inmigrantes, es decir que aborde el análisis de la audiencia.

REFERENCIAS

- Amadeo, B., y Aruguete, N. (2013). Medios y miedos. La cobertura de la inseguridad en la Argentina. *Rihumso: Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales*, 3, 14–31.
<https://rihumso.unlam.edu.ar/index.php/humanidades/article/view/27>
- Amores, J., Arcila-Calderón, C., y Blanco-Herrero, D. (2020). Evolution of negative visual frames of immigrants and refugees in the main media of Southern Europe. *Profesional de La Información*, 29(6), Article 6.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.24>
- Ardèvol-Abreu, A., Zúñiga, H. G. de, y McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *El profesional de la información (EPI)*, 29(4).
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Arrobo-Agila, J., Suing, A., y Aguaded, I. (2021). Narrativas transmedia en la comunicación de catástrofes: El terremoto de Ecuador del 2016. *Contratexto*, 036, Article 036. <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n036.5230>
- Aruguete, N. (2017). *Agenda setting y framing: Un debate teórico inconcluso*. 36–42.
<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/68048>
- Ávila, E. (2020). Los nuevos ecosistemas mediáticos y las nuevas narrativas: Una oportunidad para el periodismo transmedia y crossmedia en Bolivia. *Punto Cero*, 25(40), 75–88. <https://puntocero.ucb.edu.bo/a/article/view/16/15>
- Barbosa, M., y Seuma, T. S. (2018). Narrativas transmedia de no-ficción: Estudio de caso del podcast Le llamaban padre, de Carles Porta. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 23(44), Article 44.
<https://doi.org/10.1387/zer.18722>

- Behar, O. (2021). *Periodismo universitario en el siglo XXI. Experiencias que transforman. Volumen II*. Editorial Universidad Santiago de Cali.
<https://books.scielo.org/id/w9k2y>
- Bergero, F., Rost, A., y Bernardi, M. (2019). *Periodismo transmedia: La narración distribuida de la noticia*. Publifadecs.
<https://revistadecomunicacion.com/article/view/999>
- Bethancourt. (2022). ¿Cómo narrar la migración sin estigmatizar? *CONNECTAS*.
<https://www.connectas.org/labs/narrar-migracion/>
- Boberg, S., Schatto-Eckrodt, T., Frischlich, L., y Quandt, T. (2018). The Moral Gatekeeper? Moderation and Deletion of User-Generated Content in a Leading News Forum. *Media and Communication*, 6(4), 58–69.
<https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1493>
- Borja, H. (2019). El trato preferencial a las fuentes gubernamentales: Análisis Crítico del Discurso acerca de la migración venezolana en los periódicos El Comercio y El Universo. *Textos y Contextos*, 18, Article 18.
<https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1744>
- Brüggemann, M. (2014). Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, 24(1), 61–82.
<https://doi.org/10.1111/comt.12027>
- Calvo, L. (2018). Periodismo transmedia: La adaptación a los nuevos tiempos de la comunicación. *Contenidos transmedia para la radiotelevisión de proximidad, 2018, ISBN 978-84-313-3287-7, págs. 49-61*, 49–61.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7039363>
- Canavilhas, J. (2018). Journalism in the Twenty First Century: To Be or Not to Be Transmedia? En *Designing Transmedia Journalism Projects* (Gambarato&G.

- Alzamora, pp. 1–14). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3781-6.ch006>
- Carazo, C. (2018). Periodismo y Agenda Setting: Una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. *Revista de Ciencias Sociales*, 160, Article 160. <https://doi.org/10.15517/rsc.v0i160.34805>
- Castillo, Y., Muñiz, V., y Martínez, A. (2021). La Teoría de la Agenda Setting. Crítica Epistemológica y Profundización Cualitativa a partir de un Estudio Antropológico. *Perspectivas de la comunicación*, 14(1), 231–272. <https://doi.org/10.4067/S0718-48672021000100231>
- Chávez, L. (2019). Compañeros de viaje: La meta(no)ficción como artificio de verosimilitud en historias sobre migración. *Literatura y lingüística*, 40, 113–140. <https://doi.org/10.29344/0717621x.40.2063>
- De-Andrés, S., Nos-Aldas, E., y García-Matilla, A. (2016). La imagen transformadora. El poder de cambio social de una fotografía: La muerte de Aylan. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 24(47), 29–37. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-03>
- Díaz, R. (2004). *Teoría de la “Agenda-Setting”: Aplicación a la enseñanza universitaria*. Alaminos. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2297>
- Dijk, T. A. van. (2003). *Ideología y discurso: Una introducción multidisciplinaria*. Grupo Planeta (GBS).
- Dioses, K., y Rojas, T. (2018). Periodismo transmedia y consumo mediático de la generación millennials. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 17(33), 105–127. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n33a5>

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Escobar, A. (2022). Pandemia y nuevas realidades para la comunicación en Ecuador. *Ediciones Ciespal*, 214. <https://doi.org/10.16921/ciespal.32.36>
- Freire, M. M. (2020). Transmedia Storytelling: From Convergence to Transliteracy. *DELTA: Documentação de Estudos Em Lingüística Teórica e Aplicada*, 36. <https://doi.org/10.1590/1678-460X2020360309>
- Garzón, E., y Santamaría, C. (2018). *Comunicación sobre las migraciones*. OXFAM Intermón. https://www.oxfamintermon.org/es/publicacion/Comunicacion_sobre_las_migraciones
- Giraudó, A. E. (2022). Migrantes e interculturalidad: La práctica periodística desde un abordaje responsable. *Cuadernos del CIPeCo*, 2(3), Article 3. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/CIPeCo/article/view/40218>
- GK. (2023). Qué es GK. *GK*. <https://gk.city/que-es/>
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press.
- Gómez, K., Mendoza, J., y Zambrano, K. (2021). Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio de La Posta y GK. *Revista San Gregorio*, 1(48), 113–122. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i48.1968>
- Guallar, J., Rovira, C., y Ruiz, S. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *Profesional de la información*, 19(6), Article 6. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.08>

- Guarnizo, J. (2019). Migración: Cómo cubrir el fenómeno y marcar una agenda. *Pistas para contar la migración*.
<https://pistasmigracion.consejoderedaccion.org/migracion-como-cubrir-el-fenomeno-y-marcar-una-agenda/>
- Guo, L., y McCombs, M. (2015). *The Power of Information Networks: New Directions for Agenda Setting*. Routledge.
- Henriquez, P., Briones, D., Zambrano, A., Orejuela, M., y Vilorio, A. (2021). *Journalistic treatment of migration issues in the Ecuadorian cyber media / REVISTA INVECOM "Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad" / INVECOM JOURNAL "Transdisciplinary studies in communication and society / Depósito legal ZU2021000004 / ISSN 2739-0063*.
<http://revistainvecom.org/index.php/invecom/article/view/154>
- Igartua, J., Muñiz, C., y Cheng, L. (2005). Immigration in the spanish press empirical and methodological findings in connection with the news framework theory. *Migraciones. Publicación Del Instituto Universitario de Estudios Sobre Migraciones, 17*, Article 17.
<https://revistas.comillas.edu/index.php/revistamigraciones/article/view/4220>
- Igartua, J., Muñiz, C., Otero, J., y Montse De la Fuente, J. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 13*, 91–110.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110091A>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Grupo Planeta (GBS).

- Jenkins, H. (2009). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday) — Pop Junctions*. Henry Jenkins.
http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Jenkins, H. (2013). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review.
<https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- La Andariega. (2023). Servicios – La Andariega. *La Andariega: Periodismo, producción e innovación*. <https://landariega.com/servicios/>
- Larrondo, A. (2016). El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica. *Trípodos*, 38, 31–47.
http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/324
- Loor, M. (2018). Periodismo emprendedor y transmedia en Ecuador: Un estudio etnográfico de GK y La Posta. *#PerDebate*, 2(1), Article 1.
<https://doi.org/10.18272/pd.v2i0.1341>
- Marcos-García, S., Alonso-Muñoz, L., y López-Meri, A. (2021). *Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales*.
<https://doi.org/10.5209/esmp.71193>
- Markova, V., y Sukhovi, O. (2020). Storytelling as a Communication Tool in Journalism: Main Stages of Development. *Journal of History Culture and Art Research*, 9, 355. <https://doi.org/10.7596/taksad.v9i2.2516>
- Márquez-Domínguez, C., Salas, M., y Dávila, L. (2022). Cobertura periodística de la migración en Ecuador durante los estados de excepción del 2020. *Contratexto*, 038, Article 038. <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5463>

- McCombs, M. (2020). The language of journalism—The language of agenda setting effects. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 10, Article 10. https://doi.org/10.14195/2183-6019_10_1
- McCombs, M., y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: Explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Communication & Society*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.15581/003.8.35616>
- Mesias, E., Fauta, B., y Dutra, M. (2022). *Estudios de la Migración Venezolana en el Ecuador: Tratamiento Informativo en los Medios de Comunicación Ecuatorianos*. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/2641
- Moloney, K. (2011). Transmedia Journalism in Principle. *Transmedia Journalism*. <https://transmediajournalism.org/2011/11/23/transmedia-journalism-in-principle/>
- Morejón, R., y Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y Contextos*, 18, Article 18. <https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>
- Morelo, G. (2022). Tertulias. En *Diálogos Itinerantes—Cobertura de las migraciones en América Latina y El Caribe* (Vol. 3). Puentes de Comunicación. https://puentesdecomunicacion.org/cobertura_2022/pages/guia_dialogos_itinerantes.html
- Morelo, G. (2023). *Historias que van y vienen. Cómo investigar y contar la migración*. Fundación Gabo. <https://fundaciongabo.org/es/recursos/publicaciones/fundacion-gabo-publica-cartilla-historias-que-van-y-vienen-como-investigar-y>

- Morelo, G. (2019). Andar con los otros. *Pistas para contar la migración: investigar historias en movimiento*. <https://pistasmigracion.consejoderedaccion.org/andar-con-los-otros/>
- Muñiz, C. (2007). *Encuadres noticiosos e inmigración: Del análisis de los contenidos al estudio de los efectos mediáticos* [Http://purl.org/dc/dcmitype/Text, Universidad de Salamanca].
<https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1138/1704>
- Muñiz, C., Perosanz, J. J. I., Fuente, J. M. de la, y Parra, J. A. O. (2007). La inmigración latinoamericana en los contenidos informativos. Un estudio sobre las noticias de prensa y televisión españolas. *Palabra Clave*, 10(2), Article 2.
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1284>
- Nguyen, T.-D. (2020). *Content Analysis as a Research Method*.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/fkst7>
- OIM. (2020). *Media Coverage of Migration Based on International Law and Evidence—Journalist Guide [EN/AR]*. <https://reliefweb.int/report/world/media-coverage-migration-based-international-law-and-evidence-journalist-guide-enar>
- OIM, P. M. (2021). *Recursos para comunicar sobre migración de manera responsable* [Text]. Programa Regional sobre Migración; Organización Internacional para las Migraciones (OIM). <https://programamesocaribe.iom.int/es/migracion-periodismo>
- Paíno, A., y Rodríguez, M. (2016). La expansión del universo narrativo en las series de ficción: La importancia de la audiencia activa como elemento clave y diferenciador en las narrativas transmedia. *La pantalla insomne, 2016*, ISBN 978-84-16458-45-5, págs. 1023-1048, 1023–1048.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6061308>

- Palau-Sampio, D. (2019). Reframing Central American Migration From Narrative Journalism. *Journal of Communication Inquiry*, 43(1), 93–114.
<https://doi.org/10.1177/0196859918806676>
- Pereira, H. (2021). Jornalismo tradicional e alternativo. *Revista Discente UNIFLU*, 2(1), Article 1. <http://www.revistas.uniflu.edu.br:8088/seer/ojs-3.0.2/index.php/discente/article/view/360>
- Porto, D., Irigaray, F., y Lovato, A. (2017). *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas (e-book)*.
- Quintana, L., Sosa, A., y Castillo, A. (2020). La espiral del colapso. Encuadre de la inmigración en medios españoles. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(3), Article 3. <https://doi.org/10.5209/esmp.66097>
- Ramos, D., y Martínez, S. (2021). Alianza de Medios Tejiendo Redes: Narrativa periodística emergente sobre la migración en México. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(1), Article 1. <https://doi.org/10.5209/esmp.71485>
- Red Acoge. (2022). *Informe Inmigracionalismo 2022* (p. 35). Red Acoge Madrid.
<https://inmigracionalismo.es/>
- Renó, D., y Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia*. Ria Editorial.
- Reyes, L. (2021). Historias para contar. Abordajes de la dimensión migratoria. En *Cuadernos del insilio* (pp. 23–42). Puentes de Comunicación II - Escuela Cocuyo. <https://escuelacocuyo.com/cuadernos-del-insilio/>
- Robledo, K., Atarama, T., y Palomino, H. (2017). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: Una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), Article 1.
<https://doi.org/10.5209/ESMP.55593>

- Rodríguez, C. (2010). De medios alternativos a medios ciudadanos: Trayectoria teórica de un término. *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*, 21, Article 21. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/6416>
- Romero, P., y Villalva, T. (2022). *Medios nativos digitales en América Latina. Enfoques, retos y experiencias* (1ª ed.). Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23491>
- Rubio, L., y Serrano, A. (2021). Metodología para la valoración de la transmedialidad en los contenidos periodísticos. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 345–379. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n32a16>
- Ryan, M.-L., Ruppert, J., y Bernet, J. W. (2004). *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*. U of Nebraska Press.
- Salaverría, R., Codina, L., y Cabrera, M. (2019). *Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1396-79>
- Samčović, A. (2022). Multimedia Storytelling on the Web. *Sinteza 2022 - International Scientific Conference on Information Technology and Data Related Research*, 144–151. <https://doi.org/10.15308/Sinteza-2022-144-151>
- Sánchez, C., y Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: Multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156>
- Sanguña, J., y Cruz, P. (2020). Transmediación en el periodismo investigativo de Ecuador: Análisis, retos y caso de estudio. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 3, Article 3. <https://doi.org/10.32719/26312514.2020.3.9>

- Scherman, A., y Etchegaray, N. (2021). News Frames in the Context of a Substantial Increase in Migration: Differences Between Media Platforms and Immigrants' Nationality. *International Journal of Communication*, 15(0), Article 0.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16993>
- Scherman, A., Etchegaray, N., Pavez, I., y Grassau, D. (2022). The Influence of Media Coverage on the Negative Perception of Migrants in Chile. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), Article 13.
<https://doi.org/10.3390/ijerph19138219>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=556746>
- Sixto, J., y López, X. (2020). Usos crossmedia y cross-promotion en la difusión de contenidos de los diarios nativos digitales europeos. *Hipertext.net*, 21, Article 21. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.13>
- Sulbarán, R. (2022). *Armar una estrategia para cubrir una historia de migración: 3 consejos de Ginna Morelo*. Fundación Gabo.
<https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/armar-una-estrategia-para-cubrir-una-historia-de-migracion-3-consejos-de-ginna>
- Tankard, J. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. En *Framing Public Life* (1ª ed.). Routledge.
- Truax, E. (2021). *Guía «Puentes de Comunicación: Cómo cubrir la migración y el refugio venezolanos. Guía y glosario para periodistas, comunicadores y medios»* (1ª ed.). Venezuela Migrante. <http://bit.ly/3Nq0nTs>
- Vargas, E. (2021). *Guía «Puentes de Comunicación: Cómo cubrir la migración y el refugio venezolanos. Guía y glosario para periodistas, comunicadores y medios»* (1ª ed.). Venezuela Migrante. <http://bit.ly/3Nq0nTs>

- Vázquez, J. (2021). Nuevas narrativas en los cibermedios: De la disrupción a la consolidación de formatos y características. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), Article 2. <https://doi.org/10.5209/esmp.70222>
- Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51–62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Ynciarte, L. (2021a). Encuadres de la migración venezolana: Un análisis del framing informativo en los medios digitales El Tiempo (Colombia) y El Comercio (Ecuador). *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 4, Article 4. <https://doi.org/10.32719/26312514.2021.4.9>
- Ynciarte, L. (2021b). Venezuelan Migration and Discrimination in Ecuador during 2019: An Analysis of the News Framing in Teleamazonas and El Universo. *Estado & Comunes, Revista de Políticas y Problemas Públicos*, 1(12), 97–114. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n12.2021.213
- Zhu, J.-H. (1992). Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting. *Journalism Quarterly*, 69(4), 825–836. <https://doi.org/10.1177/107769909206900403>
- Zunino, E. (2019). Agenda setting: Cincuenta años de investigación en comunicación. *Intersecciones en Comunicación*, 1(12), 187–210. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/216/2161261009/html/index.html>

ANEXOS

Anexo 1

Análisis de los elementos transmedia presentes en el especial de GK.

Contenido principal	
Macrohistoria	Historias de superación de inmigrantes venezolanos
Contenido expandido	
Historias paralelas	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Hay días duros pero me siento tranquila con mi decisión” 2. El trombón de 1500 kilómetros 3. Migrar con un violín 4. Entre cambios y transformaciones: ser adolescente y migrante 5. Empezar de cero, por segunda vez, en una segunda patria 6. Mildreth, entre las cicatrices y la militancia 7. Un rincón de Venezuela en La Alborada 8. Migrar y emprender para cumplir un sueño 9. En busca de una doble aceptación 10. Jackeline, la migrante venezolana que emprendió y da trabajo a 4 familias
Contenido adaptado	
Avances	Un trailer del especial, contenido en las redes sociales de GK, GK Escuela, y OIM Ecuador.
Interacción social	
Página oficial de GK y sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter	
Contenido generado por el usuario	
Plataformas de conocimiento	Página oficial de GK y sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter
Plataformas de opinión y expresión	Página oficial de GK y sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter
Otras actividades	
Actividades diversas	Talleres virtuales de periodismo y migración, becas, y acompañamiento editorial.
Tono y estilo	
Coloquial / juvenil	