

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Autor:

Bach. Sanchez Celiz, Cesar Paul https://orcid.org/0000-0001-6907-3687

Asesora:

Mg. Cabrejos Pita, Zoila Nelly

https://orcid.org/0000-0002-7243-0435

Línea de Investigación: Comunicación y Desarrollo Humano

> Chiclayo – Perú 2022

Nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021.

Aprobación del jurado

Dra. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD Presidenta del Jurado de Tesis

> Mg. CABREJOS PITA ZOILA NELLY Secretaria del Jurado de Tesis

Mg. HERRERA TIMANA BETTY LILIANA Vocal del Jurado de Tesis

DEDICATORIA

A Dios, todopoderoso, de quien exalto su infinito nombre y a quien encomiendo cada paso que doy en mi vida.

A mi abuela Jorgelina Vázquez Guevara, quien falleció hace más de tres años y no pudo acompañarme en el cumplimiento de esta meta. ¡En tu honor mamita! Mujer culta y trabajadora que siempre priorizó la educación de toda su descendencia.

AGRADECIMIENTO

A mis padres Paco y Gloria, mi fortaleza y mi guía, por su incondicional apoyo y por toda la confianza que me tienen. A ellos le debo todo cuanto soy y seré.

A mis hermanos: Angeles, que hace poco era una niña y ahora es toda una universitaria, con quien sostuve largas horas de debate con respecto a la elaboración de mi tesis, lo cual fue de crucial ayuda durante todo el proceso. A mi hermano Paquito por su carácter risueño y espontáneo que mejora el estado de ánimo de cualquiera.

A mi mamá Juana, por su apoyo emocional, por sus oraciones y porque en todo momento nos acerca a Cristo, a mí y a mi familia.

A mis Tíos José Y Lizzette por su generosidad, y confianza que siempre me anima a perseverar.

A William Diaz, Estefany González, Yuli Jiménez, Kazumi Otake, Alessandra Reyes, Meyco Cancino, A Enzo Castillo, Cristina Coronel, y Mariano Candela (Q.E.P.D.), estimados amigos que me conocen bien y saben ser un incondicional soporte emocional.

A todos los maestros que tuve durante mi carrera, de los cuales no solo asimilé conocimientos sino sentido humano y trabajo por el bienestar común.

A mis mascotas Jossy y Zaz, criaturas que profesan amor puro y siempre me transmiten energías positivas.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar cuáles con las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021, para ello se operacionalizó la categoría de competencias laborales a nivel de conocimientos, de habilidades y actitudes. La investigación (aplicada) tiene un enfogue cualitativo, y un diseño de Teoría Fundamentada, esta permitió establecer una entrevista semiestructurada como método de recolección de datos más apropiado, cuyo instrumento fue un cuestionario de 11 preguntas. Los sujetos especialistas consultados fueron 10 periodistas profesionales seleccionados bajo criterios de inclusión. Los resultados obtenidos indican que un periodista debe dominar las tecnologías de la información (TIC), tener conocimientos a nivel profesional y técnico, y habilidades para desempeñarse en la multiplataforma, la cual ha convergido a los espacios digitales principalmente. Finalmente, se concluye que en cuanto a conocimientos el periodista debe ser holístico y saber el manejo de equipos y softwares a nivel técnicos, debe saber planificar estrategias y segmentar de audiencias, crear contenido informativo bajo estrictos esquemas periodísticos con formatos adaptados a cada plataforma. A nivel de habilidades el periodista de la multiplataforma debe ser crítico, versátil, resolutivo; debe saber investigar y buscar el detalle de los hechos, saber empatizar con audiencias participativas, y proyectar una imagen impecable siendo muy culto. Por último, en la categoría de actitud se concluye que el periodista está al servicio sólo de la sociedad, debe ser autónomo, objetivo procesando la información bajo firmes lineamientos éticos, y debe estar constantemente actualizandose sobre las tendencias de la narrativa transmedia.

Palabras clave:

Periodismo, narrativa transmedia, multiplataforma, competencias laborales, convergenia de medios.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine which with the new labor competencies of the journalist in front of the transmedia storytelling, Lambayeque 2021, for this the category of labor competencies at the level of knowledge, skills and attitudes was operationalized. This research (applied) has a qualitative approach, and a Grounded Theory design, this allowed to establish a semi-structured interview as the most appropriate data collection method, whose instrument was a questionnaire of 11 questions. The specialist subjects consulted were 10 professional journalists selected under inclusion criteria. The results obtained indicate that a journalist must know about Information and Communication technology (ICT), have professional and technical knowledge, and skills to perform on the multiplatform, which has mainly converged on digital spaces. Finally, it is concluded that in terms of knowledge, the journalist must be holistic and know about how to manage equipment and software at a technical level, they must know about how to plan strategies and segment audiences, create informative content under strict journalistic schemes with formats adapted to each platform. At the skill level, the multiplatform journalist must be critical, versatile, decisive; they must know about how to investigate and look for the details of the facts, to know how to empathize with participatory audiences, and project an impeccable image while being highly cultured. Finally, in the category of attitude, it is concluded that the journalist is at the service of society only, must be autonomous, objective, processing information under firm ethical guidelines, and must be constantly updated on the trends of transmedia storytelling.

Key words:

Journalism, transmedia storytelling, multi platform, job competencies, media convergence.

TABLA DE CONTENIDO

I. IN	TRODUCCIÓN	9
1.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.2.	ANTECEDENTES DE ESTUDIO	
1.3.	ABORDAJE TEÓRICO	15
1.4.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	32
1.5.	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	32
1.6.	OBJETIVOS	33
Ol	bjetivo general:	33
Ol	bjetivos Específicos:	33
II. MA	ATERIAL Y MÉTODO	34
2.1.	TIPO DE ESTUDIO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.2.	ESCENARIO DE ESTUDIO	
2.3.	CARACTERIZACIÓN DE SUJETOS	35
2.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	35
2.4.1. Técnicas de recolección de datos		
2.4	1.2. Instrumentos de recolección de datos	36
2.5.	PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	
2.6.	PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS	37
2.7.	CRITERIOS ÉTICOS	
2.8.	CRITERIOS DE RIGOR CIENTÍFICO	40
III. RE	EPORTE DE RESULTADOS:	41
3.1.	MATRIZ DE ANÁLISIS DE RESULTADOS	41
3.2.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	58
3.3.	CONCLUSIONES.	60
3.4.	RECOMENDACIONES	63
REFER	ENCIAS	65
ANEXO	os:	70

TABLA DE ILUSTRACIONES

Tabla 1 Ventajas de la narrativa transmedia	22
Tabla 2 Plataformas de contenido transmedia	25
Tabla 3 Tipos de audiencias en la narrativa transmedia	26
Tabla 4 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 1	36
Tabla 5 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 2	38
Tabla 6 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 3.	40
Tabla 7 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 4	42
Tabla 8 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 5	44
Tabla 9 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 6	46
Tabla 10 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 7	48
Tabla 11 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 8	50
Tabla 12 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 9	52
Tabla 13 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 10	54
Tabla 14 Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 11	55

I. INTRODUCCIÓN

En este siglo XXI la profesión periodística se adapta progresivamente a una nueva cultura informativa, la confluencia de medios de comunicación y el empleo de múltiples formatos para difundir información. Es importante mencionar que la web, Scolari (2015) "Es un medio de medios, un meta-medio" [comentario en el video Carlos A. Scolari – Periodismos Transmedia # 1]. Ello, ha hecho posible una eficaz democratización de la información y promueve una interacción en tiempo real entre emisor y usuario. Es en ese amplio contexto de múltiples plataformas interactivas y formatos especializados en que la narrativa transmedia repotencia la labor periodística. Por ellos surgen nuevas competencias laborales que todo periodista debe tomar en cuenta para planificar, desarrollar y ejecutar proyectos informativos en diferentes formatos atendiendo siempre las demandas de la audiencia según su comportamiento de consumo de información.

En ese sentido el presente trabajo de investigación se plantea como objetivo general determinar cuáles son las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021; este planteamiento se apoya en los siguientes objetivos específicos establecidos bajo una estricta operacionalización de categorías (Competencias laborales a nivel de conocimiento, de habilidades y de actitudes): determinar cuáles son los nuevos conocimientos, las nuevas habilidades y las nuevas actitudes del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021

En el capítulo I se estableció la realidad problemática, redactada según el método inductivo, en la cual se sustentan situaciones problemáticas con respecto al fenómeno estudiando en los contextos internacional, continental, nacional y local. Seguidamente se proponen 3 antecedentes de estudio relacionados con las categorías propuestas a nivel internacional y nacional con una antigüedad no menor de 5 años. Además, se desarrolla un abordaje teórico el cual involucra teorías relacionadas con el fenómeno de estudio, seguido del planteamiento del problema y la justificación, la cual respalda su importancia en que las conclusiones del estudio brindaran información enriquecedora sobre las nuevas competencias laborales del

periodista frente a la narrativa transmedia.

En el capítulo II se sustentó la metodolgía del estudio, la cual tiene un enfoque cualitativo, con un tipo de estudio aplicado y con un diseño de Teoría Fundamentada. También se estableció el escenario de estudio y los sujetos participantes seleccionados bajo criterios de inclusión. Seguidamente se establece la técnica de recolección de datos, que es una entrevista cuyo instrumento es una guía de entrevista debidamente validada por el juicio de tres expertos en la materia estudiada; además se menciona el proceso de análisis de la información recopilada durante la aplicación del instrumento. Finalmente, en este capítulo se sustentaron los criterios éticos y el rigor científico que respaldan al trabajo de investigación.

En capítulo III se realizó el reporte de resultados con la elaboración de matrices de análisis de resultados en las que se virtió toda la información, pertinente a los objetivos de la investigación, proveniente de las entrevistas aplicadas a 10 periodistas con experiencia en narrativa transmedia. Seguidamente en este capítulo se realizado el análisis y discusión de resultados mediante la comparación obtenida en las entrevistas y lo estudios antecedentes consultados en el capítulo I; a continuación, se redactaron las conclusiones principales que responden a los tres objetivos específicos establecidos para la investigación; finalmente se redactaron las recomendaciones en base al análisis de la información obtenida en contraste con la realidad local en cuanto a periodismo transmedia.

En el capítulo IV se sustentaron los recursos humanos y el presupuesto necesario para la realización de la investigación, así como se declaró el financiamiento de la misma. Finalmente se estableció el cronograma de ejecución de cada uno de los capítulos del trabajo presentado, incluyendo la aplicación del instrumento de recolección de datos.

1.1. Planteamiento del Problema

La narrativa transmedia es un relato contado a través de diferentes plataformas con sus propios formatos, siguiendo un hilo conductor de la historia, y principalmente dirigido a una audiencia enteramente participativa. Diversos autores afirman que, en el contexto del auge de la Web y la sociedad de información, la narrativa transmedia a nivel periodístico ha acelerado su proceso de producción. Es así que surgen, según Romero y Estrada (2016) "nuevas competencias a nivel de conocimientos y habilidades como parte del emprendedurismo periodístico" (p.14), y a nivel de actitudes como lo indica Zambrano et al. (2018). "ante los nuevos desafíos asociadas al relato transmedia en periodismo en un contexto principalmente digital en el que convergen todos los medios" (p.589).

A nivel de la región Lambayeque las noticias en un entorno digital carecen de interactividad, esto lo demuestra Chiroque (2019) quien afirma que "la información emitida por el diario La República carecen de comentarios, likes, bajos índices de veces compartidas y memes. Sin embargo, si se usan recursos multimedia, pero con un evidente manejo deficiente en la aplicación de la narrativa transmedia" (pp. 114-115). En ese mismo contexto digital Delgado (2019) advierte de la "importancia de generar contenido informativo para las redes sociales como Facebook, YouTube, Spotify e Instagram, sugiriendo que el periodista debe adaptarse a las nuevas plataformas fusionando conocimientos digitales y habilidades multimedia" (p. 16), siendo propicio el momento para también reestructurar las nociones éticas, responsabilidad social, investigación y profesionalismo.

En un contexto nacional, las nuevas competencias laborales a las que debe adaptarse el periodista son puntuales. Por ejemplo, Alarcón y León (2016) afirman que "un 55% de empresas periodísticas en Arequipa consideran que los nuevos periodistas si testan relacionadas con las nuevas tecnologías informativas" (p. 120). Pero, ello no representa una cifra suficiente sobre competencias profesionales para sustentar un relato transmedia periodístico; así mismo se afirma que los nuevos profesionales del periodismo no hablan inglés u otra lengua extranjera, lo que supone un eventual atraso del desempeño periodístico transmedia digital. En el

caso de la prensa escrita Fernández (2018) sugiere que "la adaptación a los medios digitales depende mucho de la exposición de la vida pública de personajes de la farándula, una realidad que substrae al periodismo de su carácter ético" (p. 351).

Por otro lado, en Latinoamérica, Jiménez et al. (2018) encontraron que "el 71 % de su muestra estudiada son empresas periodísticas nativas digitales, él demuestra que la web hace más viable el emprendimiento periodístico transmedia" (p. 124). Por eso es importante que periodista actual tenga conocimientos y habilidades para interactuar con audiencias más demandantes y participativas al analizar sus comportamientos de consumo de información. Por su parte Escolari (2016) considera que "el contexto digital demanda nuevas competencias y la aparición de un comunicador polivalente y multimedia" (p. 206). En ese sentido es importante desarrollar nuevas competencias a nivel de conocimientos y habilidades ya que, según Carrera y García (2021) "para un nuevo escenario en que los medios tradicionales confluyen con los medios digitales se promueven nuevos formatos informativos en multiplataformas y con multimedialidad" (p. 296).

Finalmente, a nivel internacional la digitalización y y difusión transmedia de la información exige nuevas competencias de trabajo para el periodista, López-García et al. (2017) afirman que "el periodismo requiere como nuevas competencias entender nuevas técnicas de visualización, para lo que se necesitan desarrolladores, diseñadores, estadísticos, visualizadores y cartógrafos que nutran la labor periodística" (p.87); es lo que cerezo llama periodismo de especialización. En ese sentido es preocupante lo que mencionan Giraldo-Luque et al. (2020) que solo un "21% de su muestra estudiada tienen la iniciativa de interactuar con la audiencia, no hay propuestas de innovación, y finalmente que el hecho de manejar bien las competencias multimedia no garantiza el éxito del periodismo transmedia" (p. 103). Esto último nos lleva a analizar qué nuevas capacidades deben regir al periodismo a nivel de la narrativa transmedia, a nivel de habilidades tecnológicas (renovando las facultades instrumentales), Según Borda (2021) "a nivel de conocimientos avanzados en tratamientos de bases de datos y amaestramiento para el abordaje mediático" (p. 39), y consecuentemente a nivel ético.

1.2. Antecedentes de estudio

En el artículo "Un análisis sistemático de textos científicos acerca de las nuevas competencias de un profesional del periodismo; Cuyo objetivo fue establecer las nuevas habilidades tecnológicas que se requieren en el campo laboral periodístico, y cuáles son sus valores inmutables, mediante la revisión de textos científicos que hablan sobre las nuevas tecnologías y competencias en la comunicación social. Las conclusiones a las que se llegaron los autores determinan que para sostener periodismo eficiente se debe procurar la adaptación a herramientas tecnológicas, y a entornos económicos sustentables a través de la web" (Marta-Lazo et al., 2020, p.53).

En cuanto a la narrativa transmedia en el periodismo, el artículo sobre "El periodismo en la narrativa transmedia "el impacto de la fotografía en redes sociales del diario colombiano El espectador de la ciudad de Medellín. Se planteó como objetivo identificar los conceptos de la narrativa de imágenes y fotografías en Instagram, para detallar lo actividad periodística mediante la narrativa transmedia. Se concluyó que el periodismo realza su expresión en las plataformas digitales mediante la narrativa transmedia, esto se refleja en la fotografía y sus géneros como base para la construcción de un periodismo con gran fuerza visual y transmedia" (De Oliveirs et al., 2020, p.90). En conjunto con la fotografía, el lenguaje hipertextual permite al lector insertarse activamente en los principales lineamientos del mundo y difundirse en una plataforma que ayuda en la distribución de producciones realizadas tanto para medios impresos como digitales.

Por su parte en el artículo "Transmediación del periodismo de investigación en Ecuador: Observación, desafíos y casuística. El objetivo planteado por los autores fue determinar cuáles con las competencias transmedia del periodismo de investigación en Ecuador mediante el análisis casuístico. La metodología consistió en analizar un reportaje de nombre 'Tarjeta roja', en la cual se evidenciaron indicios de corrupción del balón pie en Ecuador; también se llevaron a cabo entrevistas a 16 sujetos para el análisis de criterios transmedia. Los autores concluyeron que el periodismo de investigación se ha vuelto complejo por el uso de las nuevas

tecnologías digitales, se ha fomentado que este tipo de periodismo no solo confluya con el periodismo de datos y el colaborativo, sino que adquiera características trascendentales a nivel internacional" (Sanguña & Cruz, 2020, pp. 121-131).

Finalmente a nivel internacional, en el artículo sobre "La nuevas competencias profesionales y tecnológicas del periodista plantearon reconocer cuales son los instrumentos usados para la producción de productos gráficos, y reconocer que instrucciones y competencias no se necesitaban en el trabajo periodístico del siglo pasado, pero que en este siglo si son necesarios. La metodología empleada fue un análisis exploratorio del trabajo periodístico de 25 especialistas de Europa y América. A manera de conclusión afirman que los medios tecnológicos no van a desaparecer, sino que se van a adaptar perfectamente a las nuevas modalidades digitales del trabajo periodístico creándose nuevas disciplinas y competencias" (López-García et al., 2017, p.87).

Como estudios previos a nivel nacional, la tesis sobre el "Periodismo digital como alternativa de trabajo para los nuevos periodistas egresado de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, 2019, se propuso estudiar el estado del periodismo en el nuevo contexto digital en Arequipa para establecer su rentabilidad laboral en los nuevos periodistas. El proyecto tuvo un enfoque cualitativo con un diseño correlacional descriptivo y se llevó a cabo la examinación de empresas periodísticas en los distintos ambientes web, así como entrevistas a sus directores, además de la aplicación de encuestas a periodistas recién graduados. La conclusión devela una baja incidencia del trabajo periodístico digital y un incorrecto manejo de las plataformas digitales" (Diaz, 2020, p. 4).

Así mismo, el artículo "El periodista emprendedor: asumiendo retos en la nueva normalidad, menciona que como consecuencia ocasionada por la COVID-19 los periodistas tuvieron que buscar nuevas plataformas para han debido buscar nuevos escenarios para reinsertarse en la actividad periodista o principiar proyectos. Como conclusión se obtuvo que se han establecido nuevas plataformas para hacer trabajo periodístico profesional dentro de un contexto virtual, atendiendo las necesidades de información las cuales son más específicas cada día; seguidamente las autoras concluyen que, actualmente, para iniciar un proyecto de periodismo es importante

adjudicarse retos profesionales, desarrollar competencias y habilidades propias de un líder, presentar un contenido digital adecuado, desarrollando empatía con la audiencia con el objetivo de fidelizarlo" (Romero & Estrada, 2020, p.89).

Por su parte otro artículo sobre "el profesional del periodismo en tiempos digitales: Un acercamiento para entender los nuevos retos y bondades ¿Qué perfiles profesionales son requeridos de un periodista hoy en día? ¿Es necesario una especialización o un periodista que se adapte a los cambios? ¿Se dictan cursos adecuados a las nuevas exigencias laborales periodísticas en la universidad? Finalmente concluyen que el auge de la era digital y los nuevos procedimientos tecnológicos ha orillado a los medios periodísticos a adaptarse a las nuevas tendencias incluyendo las competencias administrativas. Se pretende pues establecer prestaciones informativas de calidad que satisfagan las necesidades comunicativas de la audiencia, cada vez más exigente" (Santillán, 2019, p. 87). Para esta investigación se analizaron los diarios La República, El comercio, El Peruano; RPP, Radio Exitosa; así como también América Televisión y RTP Televisión

1.3. Abordaje teórico

Teorías de la comunicación

Para hablar de competencias laborales del periodista es apropiado revisar las teorías de la comunicación que avalen la investigación en el marco de las ciencias de la comunicación. "Definir a las teorías de la comunicación es importante para sentar las bases sobre los procesos comunicativos entre individuos y como sociedad, y se ponen de manifiesto en dos clasificaciones puntuales: Desde la noción interpretativa y desde la noción funcionalista" (Rodrigo & Estrada, 2017, pp. 163-193). Los tipos que los autores plantean son:

Desde la noción interpretativa

A. Escuela de Palo Alto: Planteas que la información transmitida mediante los medios de comunicación moldea la conducta de la audiencia en su entorno

- social y cultural, la cual tiende a normalizar una serie de situaciones presentadas en señal abierta que no necesariamente son el reflejo de la realidad.
- B. Interaccionismo Simbólico: La sociedad es una construcción constante mediante la interacción de individuos, y la amalgama de ese constructo, al que llamamos cultura, es la comunicación que está compuesta por una serie de códigos inteligibles.
- C. El construccionismo: Plantea que a través de los medios de comunicación surgen ciertos modelos estereotipados que intervienen en la construcción del comportamiento social en los distintos estratos y grupos etarios.

Desde la noción funcionalista

- A. Teoría de la aguja hipodérmica: Explica que los medios de comunicación inoculan información en la sociedad de tal manera que marca la pauta de cómo debe comportarse las masas. Se trata de la comunicación unidireccional de los medios tradicionales que está pasando a segundo plano ante el auge de la democratización de la información en las plataformas digitales.
- B. Teoría del flujo de la comunicación en dos pasos: Plantea que los medios de comunicación deben proponer primero, la información a la audiencia; y segundo, deben procurar que los elementos informativos que emitan puedan ser creídos por las masas. Para reforzar el segundo paso de la credibilidad es importante sustentar la información en la palabra de paladines de opinión.
- C. Teoría de la información: Expone que los medios clásicos de comunicación pretender tener el monopolio de la información para tener un papel determinante en el comportamiento del público, el fundamento de esta teoría es ofrecer a la audiencia modelos agradables que sean aceptados y marquen la pauta del comportamiento masivo.
- D. Usos y gratificaciones: esta teoría propone darle un rol interactivo a la

audiencia dentro del proceso de comunicación satisfaciendo sus necesidades informativas emocionales y cognoscitivas. Además, plantea que el individuo debe tener la capacidad de sentirse libre de elegir que información consumir y en que plataforma hacerlo.

Competencias laborales

Cuando hablamos de competencias tenemos que partir desde dos puntos de vista para entender a qué se refiere. Según el Diccionario Etimológico Castellano en Línea (2021) "Desde un punto de vista etimológico el termino proviene del vocablo latino 'competere' que significa tener un punto de vista con respecto a algo al cual se aspira (párr. 3); y desde un punto de vista teórico, según Ortiz et al. (2015) se puede entender la evolución de este término dentro de un contexto académico y profesional como "el conjunto de saberes, habilidades y disposición actitudinal para desarrollar un trabajo" (p.4).

Por otro lado, la definición más completa de lo que significa una competencia hace referencia a la "capacidad de los uno o más individuos de resolver situaciones para adaptarse y desenvolverse en contextos siempre cambiantes en respuesta a necesidades tanto personales como profesionales" (Tobón, 2004, citado por Prado et al., 2020, pp. 44-45). Existen tres directrices para desarrollar las competencias según la cita:

- Saber ser: Tener decisión y motivación propia.
- Saber conocer: Investigar, Evaluar, entender, reflexionar y exponer
- Saber hacer: Tener la capacidad de desempeñarse con el conocimiento apropiado mediante el planeamiento estratégico y en colaboración con otros individuos.

Así mismo, "Existen dos ejes del desarrollo de las competencias: Destreza e ingenio, estos conceptos tienden a converger entre las distintas habilidades de diferentes individuos, repotenciándose y puliéndose, además, las competencias profesionales tienen dimensiones a nivel personal e interpersonal y cualquier

individuo puede desarrollar competencias sofisticadas en el marco de su especialización profesional y está sujeta en todo momento a la evaluación tanto del mismo individuo como de otros individuos de su entorno" (Barraycoa & Lasaga, 2010, citados por González & Alfaro, 2015, p 128.).

Además, se menciona que las competencias se desarrollan en el marco de la convergencia de tres componentes, "el primero se refiere a la comprensión teórica de una especialidad específica, lo que a su vez conlleva al desarrollo de habilidades propias y necesarias para ejecutar un trabajo a partir del conocimiento, y por último se hablan de un contexto específico en el cual se pueda expresar propiamente una competencia" (Ramírez-Díaz, 2020, p. 10). En ese sentido, se establecer tres directrices precisas: "ser capaz de hacer algo, ser capaz de ser, y ser capaz de convivir"

Competencias laborales para un profesional de la comunicación

Ya desde un enfoque comunicacional "hay cuatro competencias asociadas a la comunicación social: La competencia disciplinar que se refiere al conocer y entender aspectos teóricos; la competencia profesional que se refiere a ser capaz ejecutar sus habilidades con eficiencia; y finalmente la competencia académica y demás competencias específicas propias de la especialización" (libro blanco de ANECA, 2005, citado por Armendáriz, 2015, p. 155). Así mismo, Marta-Lazo, et al. (2018) describe, a partir de la consulta del libro blanco, los perfiles de un periodista desde el punto de vista de la competencia profesional:

- El periodista tiene que ser capaz de redactar sin importar en que plataforma se encuentre trabajando ya sea tradicional o digital.
- El periodista también tiene responsabilidad con su institución periodística.
- El periodista debe investigar, enseñar conceptos de su profesión.
- El periodista debe ser capaz de crear material informativo en distintas presentaciones tanto escritas como multimedia

Finalmente, para entender sobre las capacidades de un periodista lo autores Marta-

Lazo et al. (2018) señala lo siguiente:

Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados y capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación, mientras que en el último aparece la capacidad básica de comunicación en otras lenguas extranjeras próximas. (p. 60)

Nuevos perfiles del periodista

En cuanto a los nuevos perfiles que surgen en el periodismo se debe entender como una convergencia de diferentes competencias y contextos profesionales atendiendo las propias expectativas del periodista, así como el impacto de la tecnología digital en el periodismo, los múltiples valores asociados a las competencias periodísticas y la importancia de la audiencia moderna que ha cambiado de un rol pasivo a un rol activo (Participativo, crítico e interactivo)

Por otro lado, cabe mencionar que "las expectativas de un profesional del periodismo han cambiado y se ha refinado la exigencia dentro de una empresa periodística moderna, lo que ha conllevado a que el periodista de la era moderna este actualizado en cuanto aptitudes y actitudes para llevar a cabo un desempeño laboral a la eficiente y eficaz" (Romero & Estrada, 2016, p.15). En ese sentido se han establecido competencias periodísticas directamente sujetas al contexto nacional, y que Romero y Estrada (2016) definen de la siguiente manera:

Emprendedurismo: Competencia que empuja al periodista a crear empresas periodísticas (con sus riesgos e implicaciones) en un entorno muy accesible como el digital en el que se requiere un conocimiento de la especialidad, habilidades técnicas y visión de humanística tanto del equipo humano de trabajo y de la audiencia. (p.15)

Particularidades de un emprendedor: debe ser creativo, desarrollar habilidades de líder y practicar la tolerancia, no debe estar exento de innovar

constantemente, debe tener la capacidad de tomar compromisos arriesgados, debe ser anticipatorio y dinámico, debe ser eficaz y eficiente, además de perseverante y saber desarrollar sus actividades conjuntamente con un equipo de trabajo en armonía. Además, el emprendedor periodístico debe tener capacidad de sintetizar la información tan diversa de las realidades, debe saber conectarse emocionalmente con sus colaboradores y su público en armonía, apacible y respetuosa; finalmente debe conocer y desarrollar habilidades técnicas para la producción de piezas informativas multimedia y saber difundirlas en los medios digitales. (pp. 16-21)

Si hablamos del periodismo digital, las competencias periodísticas han sufrido ciertos cambios, por lo que Romero y Estrada (2016) dan un alcance puntual:

Un periodista digital debe aprovechar herramientas tecnológicas para producir contenido que impacte en la audiencia. Es decir, debe ser capaz de ser hábil para explotar la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. (p. 91)

Lo mencionado por el autor se refiere a los nuevos géneros del periodismo cibernético que surgen ante el auge la información digital; si bien es cierto el fin último del periodismo es informar con verdad y objetividad información contrastada la nueva realidad supone que el periodista desarrolle habilidades técnicas de producción multimedia y herramientas de difusión digital.

En ese sentido Lazo et al. (2018) afirma que "un periodista debe ser capaz de lidiar con la infinita información de la web, procesarlas y condensarla, ya que la digitalización ha generado nuevas formas de comunicación con códigos propios que son parte de la audiencia" (p. 93). Además, Romero y Estrada (2016) rescata el importante hecho de que "la comunicación con la audiencia a hora es bidireccional y tanto informa el periodista como el lector, por ello surge una nueva competencia exclusiva de la relación Periodista-Audiencia y es establecer una responsabilidad ética" (p.85). Además Romero y Estrada (2020) señalan lo siguiente

las empresas periodísticas demandan profesionales versátiles, con capacidad de desenvolverse en diferentes tareas; un profesional con preparación multimedia y creativa, capaz de enfrentar a la competencia con propuestas diferentes y originales. (p.89)

Por otro lado, "los nuevos profesionales del periodismo se enfrentan a un nuevo universo virtual con alcances cada vez mayores, dejando atrás el periodismo escrito tradicional, ello supone una gran responsabilidad porque a través de la información que construya un periodista se pueden moldear la opinión pública" (Kapuscinski, 2003, citado por Anticoma, 2022,p.100). La autora interpreta, además, que adaptarse a los medios virtuales no significa desechar las bases esenciales del periodismo y se debe procurara siempre mantener el estatus intelectual que supone ser periodista como hace 50 años atrás.

La narrativa transmedia

Sobre la narrativa transmedia se define como "la difusión o el relato de una historia mediante diversas plataformas de comunicación en diferentes formatos, de una manera coherente, en la cual además el receptor de la información es una audiencia participativa y activa en el proceso de comunicación" (Jenkins, 2003, citado por Pérez, 2016, p. 15).

Por su parte, Scolari (2015) en una entrevista sobre periodismo transmedia afirma que la "web es en sí misma es un meta medio, es decir el medio de medios donde nuevas plataformas de comunicación surgen a través de los años creando el ecosistema digital ideal para que surja el periodismo transmedia" (canal CABLE & DIARIO S.A., 4m30s).

Tabla 1 *Ventajas de la narrativa transmedia*

Ampliar el	Multiformatos	Audiencia Activa		
entendimiento				
Aumenta la interpretación	contar con distintos	convertir a la audiencia		
de la audiencia respecto	formatos según el tipo de	en un participante activo		
de los acontecimientos, a	información (fotografías,	del proceso, aumentando		
partir de opciones	audios, vídeos, textos,	su nivel de implicación		
concretas como la	gráficos);	(interactividad)		
profundidad, la				
ampliación y el vínculo				
directo entre contenidos				
(hipertexto);				

Nota: En esta tabla se muestra aportes conceptuales sobre las ventajas de la narrativa transmedia para el periodista moderno. De "El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica," por A. Larrondo, 2016, Gureiker - Grupo de investigación del sistema universitario vasco (Tipo A), (38), pp. 35-36 (file:///C:/Users/CESAR/Desktop/83003483.pdf)

Las características de la narrativa transmedia

Con respecto a las características de la narrativa transmedia, Pérez (2016) hace aporta los siguientes conceptos.

Expansión:

Difusión de los elementos informativos mediante diversas plataformas.

Profundidad:

Proporcionar la suficiente hipertextualidad para que la audiencia obtenga una información completa.

Continuidad:

Las cualidades de los elementos informativos deben ser los mismos en las distintas plataformas en las que se difundan.

Multiplicidad:

Ofrecimiento de adaptaciones electivas acerca de los elementos informativos.

Inmersión:

Procura el involucramiento de la audiencia con la información brindada.

Extrabilidad:

La audiencia puede identificarse con algunos elementos de la información bridada de tal manera que puede emularlo en la realidad.

Composición de universos:

Se trata de todos los elementos informativos tengan coherencia con la idea original (pertenezcan a un mismo universo)

Serialidad:

Elementos informativos diseminados en una seria de publicaciones.

Subjetividad:

se refiere principalmente al impacto en la audiencia.

Realización: La información en la narrativa transmedia debe procurar incluir a una audiencia participativa e involucrada con la historia, llamados prosumidores. (pp. 21 - 22)

Tipos de narrativa transmedia

Según Thompson (2012, citado por Pérez, 2016) Hay tres clasificaciones:

Transmedia franquicia:

La información es transmitida mediante diversos canales de comunicación, su propósito final es fomentar el mayor alcance posible de la información

Transmedia publicitaria:

El objetivo de este tipo de narrativa es crea información publicitaria acerca de un producto o servicio, su fin último no es precisamente darle el mayor alcance a la información en sí, sino a la marca.

Transmedia originario:

Se trata de estrategias nacidas desde un comienzo en el seno transmedia, este tipo de narrativa lo puede emprender incluso una sola persona con el soporte de las nuevas y dinámicas plataformas digitales. (p. 30).

Plataformas de comunicación transmedia

"La narrativa transmedia avanza gracias a la existencia de numerosas plataformas mediante las cuales se puede difundir la información. Es preciso aclarar que a través de cada plataforma por donde fluyen los elementos informativos, estos no deben replicarse o repetirse, sino que cada elemento debe ser nuevo y aportar riqueza al tema central de la información sin perder coherencia; este proceso es facilitados por la independencia de cada plataforma web que exigen formatos totalmente distintos entre sí" (Jenkins,2003, citado por Scolari, 2016, p. 206).

Es así que, con el objetivo de clasificar las distintas plataformas, Pérez (2016) las ordena en "cine, televisión, videojuegos, merchandising, diseños, dramas, comics, la web y la realidad misma. Según la interacción del público con la información brindada esta puede ser pasiva como el cine y la televisión, o activa como en las plataformas web" (p. 38).

Tabla 2

Principales plataformas en transmedia

Tipos	Plataformas	¿Cómo identificar cual
plataforma usar?		
Medios digitales	Sitios Web Redes sociales Aplicaciones Serie Web Videojuegos en línea Videojuegos Stand Alone Wiki / Foros ARG (Juegos de realidad alternativa)	¿Qué ofrece cada plataforma? ¿Qué medio se adapta mejor a la experiencia que queremos que vivan nuestros usuarios? ¿La plataforma agrega valor o es solo moda? ¿Comenzaremos a apuntar a
Medios Tradicionales	Televisión Cine Libros Historietas Flashmobs / Marketing no convencional / Marketing de guerrilla Anuncios	una audiencia masiva o un nicho? ¿Comenzaremos con contenido gratuito y luego iremos a premium o viceversa? ¿O hemos decidido ir con un modelo freemium?

Nota: En esta tabla se muestran las principales plataformas para ejecutar acciones de narrativa transmedia, y como identificar su idoneidad, De "Los elementos clave de la Narrativa Transmedia," por P. Galiana, 2019, Akademus IEBS school, (10), p. 38 (https://www.akademus.es/emprendedores/los-elementos-clave-en-la-narrativa-transmedia/=

A propósito de plataformas, la narrativa transmedia ha pasado de lo tradicional a regirse por las nuevas tecnologías digitales, esta evolución se cimentó ya en la década de los noventa. "Para definir este proceso de cambio ha surgido el concepto de confluencia de medios en el cual se constata que a través de las numeroso artefactos de comunicación con los que se cuenta hoy en día, y la facilidad para acceder a la web a través de ellos las audiencias tiene una facilidad sin precedentes para acceder a la información en el formato que más prefieran, a diferencia de hace 30 años atrás en el que la televisión servías solo para ver programas, los celulares para contestar llamadas, y los relojes solamente para ver la hora" (Pérez, 2016, p. p. 7).

Las nuevas audiencias de la narrativa transmedia

La narrativa transmedia adaptada a un entorno digital y la confluencia de medios ha originado un fenómeno también sin precedentes en la historia de las comunicaciones, "se trata del empoderamiento del público consumidor de la información, el cual pasó de un papel netamente receptor a jugar un papel interactivo con los medios que consume, siendo su opinión un gran aporte para desarrollar estrategias de comunicación cada vez más funcionales" (Zambrano et al., 2018, p 595).

Tabla 3

Tipos de audiencias en la narrativa transmedia

El usuario colector	El prosumidor	El consumidor que ve, usa y juega
la audiencia tiene la	Mediante la	Admite el nuevo
facilidad de informarse	interactividad a través de	comportamiento
desde distintas	las multiplataformas la	participativo del usuario,
plataformas	audiencia consumidora	quien se sumerge e
informativas que	de información se ha	interactúa con la
cuentan con formatos	convertido en una fuente	información en todo
particulares, e	de información en sí	momento de su vida.
interactuar activamente	misma, las cual es	
con el emisor y otros	aprovechada por las	
usuarios desarrollando	empresas para	
un Feedback en la	entenderlos mejor y	
comunicación.	satisfacer sus	
	necesidades	
	informativas de una	
	manera asertiva.	

Nota. Esta tabla muestra de manera clasificada los tipos de audiencia en el maco

de la narrativa transmedia. De "Creando Universos, la narrativa transmedia," por J. Pérez, 2016, Universitat Oberta de Catalunya, p. 44. (http://www.recercat.cat/handle/2072/257748%5Cnhttp://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/45691)

Estas variaciones se manifiestan, según Arribas e Islas (2021) en el contexto específico de la web 2.0, en donde "desaparece una comunicación unidireccional, establecida por los medios tradicionales para con su audiencia, y surge un nuevo tipo de comunicación horizontal en la cual el usuario interactúa con los emisores de contenido en tiempo real", (p.25) y a demás fungen como productores de información útil para los medios emisores. Así mismo Arribas e Islas (2021) reafirman a este tipo de audiencia como prosumidores; elementos complejos más demandantes en todo sentido:

De usuario a desarrollador. De observador a creador. De seguidor a líder. De consumidor a productor. De público a jugador. De lector a contador de historias. De oyente pasivo a locutor activo. De sujeto a participante. (p.18)

Finalmente se habla sobre la aparición de una nueva denominación de la audiencia, los fans, aquellos admiradores de contenidos de un determinado productor de información. En relación a ello, Pérez (2016) refiere que los fans tiene una singular manera de recibir la información y de reaccionar a ella de la siguiente manera:

Alentar una visión activa y una participación dentro de una comunidad, construyen sus tradiciones particulares dentro de la producción cultural, y tienen un estatus como comunidad social alternativa. (p.17)

Convergencia de medios

Para Pérez (2016) "la tecnología ha hecho converger diversos canales de comunicación especializados a tecnologías más sencillas y accesibles para los usuarios pero con gran capacidad de interacción y navegación" (p. 8). Es así que, para ver una película, leer un diario, o ver las noticias por la televisión, ya no es

necesario ir al cine, comprar el diario o prender la TV; todas esas actividades se puede llevar a cabo con tan solo usar el celular. Pérez (2016) puntualiza también lo siguiente.

Se trata de una confluencia de antiguas y nuevas tecnologías, aunque no supone sólo un cambio tecnológico o instrumental sino una transformación cultural que se da en la "cabeza de los usuarios" y se traduce en los modos de producir, interactuar y consumir contenidos. (p. 20)

En cuanto a la relación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y su relación con la narrativa transmedia (Vinader, 2011, citado por Pérez, 2016) menciona la siguiente:

los avances tecnológicos asociados a las TIC han puesto en marcha procesos de convergencia mediática acercando sectores anteriormente estancos, a través de la generalización de un mismo formato a disposición de los consumidores. (p. 23).

Por otro lado, la web, el meta-medio en el cual ha eclosionado la narrativa transmedia periodística "ha generado el fenómeno de la convergencia de medios que supone infinidad de plataformas y formatos en la que una historia puede ser contada y a su vez nacen nuevos grupos de usuarios con cualidades de consumo de información muy diversa" (Scolari, 2016, p 180)

Por lo tanto, es importante puntualizar acerca de la convergencia de medios a nivel digital, los cuales están al alcance de cualquier consumidos de información.

En ese sentido, Gallego (2016) menciona al Internet-Manifest, elaborado por un grupo de periodistas en el referente primordial de esta nueva situación:

Internet es diferente:

Los medios y sus plataformas deben adaptar sus métodos de producción al contexto tecnológica.

Es un imperio mediático tamaño bolsillo:

Las publicaciones y distribuciones de los contenidos ya no está asociada a fuertes inyecciones de capital monetario.

Vivimos en la sociedad del ciberespacio:

Nuevas formas de comuniación entre usuarios en un contexto de democratización de la información global.

La libertad en Internet es inviolable:

Evitar el acceso a Internet pone en riesgo el libre tráfico de la información y viola los derechos a decidir sobre la información que se desea consumir.

Es la victoria de la información:

La sociedad nunca antes estuvo mejor informada.

Internet mejora el periodismo:

Permite desempeñar de manera más eficiente con su rol informativo, social y educativo.

La Red requiere trabajo en Red:

Creando y compartiendo en on-line

El ciberespacio como nuevo contexto para el tratamiento informativo de la política:

La democratización de los medios de comunicación hace prosperar la participación de las audiencias y sus derechos a estar informados.

Una prensa independiente garantiza una opinión libre:

Expresar la opinión con libertad es el fundamento de la interacción en la web, el público usuario además ya no paga con antención sino con información de sus hábitos de consumo en la web.

Más es más:

Acceder a mucha información es bueno, pero siempre está la posibilidad de encontrar noticias falsas.

Los nuevos negocios en la web:

La web permite trabajar con plataformas de manera rentable, sin embargo, siempre es necesario una inversión, además de siempre tener presencia online.

El nuevo valor fundamental del Copyrigth en el ciberespeacio:

Los creadores de contenido ara la web tienen derecho a decidir como, cuando y donde y con quien difundir sus creaciones.

Internet tiene muchas divisas:

Los servicios periodísticos online, financiados a través de anuncios, ofrecen contenidos con un efecto multiplicador.

Los proyectos periodísticos en la web, que se sustenten enconómicamente a través de publicidad, tienen la oportunidad de vender contenido con efecto multiplicador.

La información en la web es permanente:

La web es un metaverso en donde se almacena toda información emitida.

Ofrecer calidad es fundamental:

Es muy importante ante usuarios cada vez más demandantes.

Todos para todos:

Los usuarios también pueden crear contenido, por lo que ya no precisan un periodista que todo lo sepa, sino uno que investigue lo que comunica. (pp. 202-203)

Periodismo Transmedia

Según Osorio (2018) "El periodismo es una carrea profesional establecida en la

sociedad moderna cuyo modelo de trabajo viene cambiando progresivamente ante el auge de las nuevas tecnologías de información en la sociedad de la información" (p. 51). Esto se debe a que esta profesión está profundamente asociada a las tecnologías usadas para obtener información, analizarla y transmitirla y si cambian estas, también debe cambiar el modo de hacer periodismo. Así mismo, Renó y Flores (2018) menciona lo siguiente:

El Periodismo transmedia viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios. Por tanto, son adoptados recursos audiovisuales, de comunicación móvil y de interactividad en la difusión del contenido, incluso a partir de la blogosfera y de las redes sociales, lo que amplia de forma considerable la circulación del contenido. (p.53)

Además, diversos autores afirman que el uso de la telefonía móvil es un instrumento esencial que asegura la difusión de la información en tiempo real, lo que exige una vez más, desarrollar nuevas competencias para cubrir la demanda y exigencia de la audiencia con respecto al contenido periodístico.

Es así que la narrativa transmedia periodística se expande a través de la interactividad, por ello "el periodismo transmedia se diferencia del periodismo tradicional (lineal) en que con el primero se aprovechan mejor las oportunidades de comunicación en la sociedad en la era de la posmodernidad, en la cual interactuar se manifiesta como un rol fundamental en la especialidad de la comunicación involucrando y atrayendo a la audiencia receptora para que participe del proceso comunicativo a través de la retroalimentación" (Renó & flores, 2018, p 35).

En este contexto es importante mencionar a los paradigmas de la comunicación electrónica (e-comunicación) de los cuales el periodismo transmedia toma referencia para su correcta aplicación (Orihuena, 2004, citado por Hernándes, 2016), el autor puntualiza los siguientes:

- El usuario es parte del proceso, y no sólo una audiencia pasiva.
- Los medios venden contenido y no soporte.
- El lenguaje es multimediático, con numerosos canales.
- El contenido es producido en tiempo real y no diario o semanal.
- El espacio de datos es ilimitado, sin limitación de tiempo o espacio.
- El medio es autónomo y dispensa el gatekeepery la agenda setting.
- El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos y no de uno para muchos.
- Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal.
- Ofrece interactividad al usuario (antes receptor) en la organización y obtención de información.
- Ofrece información sobre la información. (canal ESTEFANY HERNANDEZ 1m0s),

1.4. Formulación del Problema

¿Cuáles son las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021?

1.5. Justificación e importancia del estudio

La comunicación periodística está logrando un importante crecimiento a través de la multiplataforma, así mismo está cobrando relevancia la narrativa transmedia en la especialidad de periodismo. En este sentido, (Atarama & Meracho, 2017, p.36)

Por lo tanto, en ese contexto surge el periodismo transmedia el cual demanda nuevas competencias laborales a las que un periodista debe adaptarse tomando en cuenta criterios profesionales asociados a las dimensiones del conocimiento, las habilidades y la ética. Es por ello que el presente trabajo de investigación se justifica por la búsqueda de esas nuevas competencias laborales periodísticas en un contexto transmediático, con nuevas exigencias, y usuarios mucho más exigentes que las de antes.

Las conclusiones que arrojó la investigación benefician a los profesionales y futuros

profesionales de las ciencias de la comunicación especialistas en periodismo brindándoles información actualizada sobre las capacidades y competencias, desde un enfoque holístico, que debe desempeñar el periodista a nivel de multiplataformas con audiencias participativas.

1.6. Objetivos

Objetivo general:

Determinar cuáles son las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021.

Objetivos Específicos:

Determinar cuáles son los nuevos conocimientos del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021.

Determinar cuáles son las nuevas habilidades del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021

Determinar cuáles son las nuevas actitudes del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo de estudio y diseño de la investigación

La presente investigación tuvo un enfoque cualitativo porque, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) "se puede recopilar información de sujetos especializados en el fenómeno de estudio para ser interpretados y analizados sin la intervención de datos estadísticos" (p. 442). Por otro lado, el tipo de estudio apropiado para este proyecto fue la investigación aplicada o también conocida como tecnológica ya que según el Registro Nacional de Investigadores este tipo de investigación se basa en "la resolución de problemas y el entendimiento de fenómenos sociales en base a la investigación básica, este tipo no pretende establecer una cognición pura sino también de corte técnico. Cabe mencionar que también tiene como objetivo mejorar la funcionabilidad de los fenómenos sociales en un determinado contexto" (RENACYT, 2021).

Finalmente, el estudio tuvo un diseño de teoría fundamentada ya que se consideró el más apropiado para los objetivos de la investigación que es demostrar cuales son las nuevas competencias laborales del periodista. "Este diseño ayuda a que el investigador pueda llegar a explicar un determinado fenómeno o desarrollar una teoría con respecto a este, a partir de la consulta de varios especialistas en la materia de estudio desde sus propias perspectivas y en un contexto determinado; Se basa fundamentalmente en el análisis de la conducta del individuo en un determinado contexto real". (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, p. 526)

2.2. Escenario de estudio

El escenario para la investigación fue el departamento de Lambayeque ya que los sujetos participantes en la investigación son profesionales de las ciencias de comunicación que ejercen la especialidad del periodismo dentro del espacio geográfico regional. Dichos periodistas trabajan en distintos medios de comunicación locales de prensa, radio y televisión, y plataformas web a su vez ejecutan el periodismo transmedia.

2.3. Caracterización de sujetos

Los sujetos de tipo expertos fueron los más apropiadas para cumplir con los objetivos de la investigación, porque ayudaron a generar nuevos y más precisos conocimientos dentro de un área geográfica determinada. Con respecto al número de sujetos, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) sugieren que "el diseño de teoría fundamentada debe tener una muestra mínima entre 20 y 30 participantes" (p. 526). Sin embargo, tomando en cuenta el reducido espacio geopolítico donde se desarrolló la investigación el tamaño de la muestra fue de 10 expertos.

Los sujetos participantes del estudio han sido seleccionados bajo criterios de inclusión de la siguiente manera:

- Periodistas egresadas de la universidad.
- Periodistas con experiencia mínima de un año en el periodismo transmedia.
- Periodistas que hagan uso de las plataformas digitales para difundir información periodística.
- Periodistas que tengan conocimiento en herramientas multimedia.
- Periodistas que ejerzan la profesión con las características anteriores en la región Lambayeque.
- Periodistas con edades entre 25-45 años.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica para a recolectar la información necesaria para cumplir con los objetivos de la investigación fue la entrevista semiestructurada. "Está técnica, desde un enfoque cualitativo, es más personal, adaptable y amplia que permite una conversación fluida entre entrevistador y entrevistado mediante preguntas y respuestas que ayudarán a formar una serie de información estructurada en relación al fenómeno de estudio" (Janesick, 1998, citado por Hernández-Sampieri

& Mendoza, 2018, p 449). Se le denomina semiestructurada porque el entrevistador tiene la facilidad de ingresar preguntas espontaneas a la entrevista aparte de las que ya tiene elaboradas.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento a utilizar fue la guía de entrevista con preguntas de juicio personal, de expresión de sentimientos, de conocimiento, sensitivas y de antecedentes (Martens, 2015, citado por Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, p.450)

La validación de la guía de entrevista como instrumento de recolección de datos fue a través de la validez de contenido, realizada mediante el juicio de 3 expertos en la carrera de ciencias de la comunicación.

2.5. Procedimientos para la recolección de datos

El presente proyecto de investigación y fue aprobado por la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación, así mismo se validó la entrevista semiestructurada como instrumento de técnica de recolección de datos por tres expertos en la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Una vez seleccionados los sujetos expertos teniendo en cuenta unidad de encuentros como como unidad de recolección de datos; y habiendo delimitado a los 13 participantes para la investigación como lo sugiere el diseño de teoría fundamentada bajo los criterios de inclusión, se procedió a contactar a los potenciales entrevistados y explicarles el propósito de la investigación. Con quienes accedieron se pactaron las fechas y la hora para llevar a cabo la entrevista y se les alcanzó el consentimiento informado para que puedan firmarlo si estaban conformes con el procedimiento.

En lo sucesivo se procedió a aplicar la entrevista a los participantes en las fechas pactadas a través de la plataforma de reuniones virtuales Zoom, misma que fue grabada con el consentimiento de los participantes, para su posterior análisis.

Luego de obtener las respuestas de los entrevistados, a través de una conversación

amena, amigable y alturada se procedió a analizar las grabaciones para analizar puntualmente cada respuesta y generar conocimiento que cumpla con los objetivos propuestos.

2.6. Procedimiento de análisis de datos

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) "la codificación selectiva es la más apropiada para el análisis de la información obtenida en las entrevistas, esta técnica de apoyará en diagramas y cuadros matrices" (p. 465). Los pasos sugeridos se abordaron de la siguiente manera:

- Se empezó con la revisión sistemática de los datos según se vayan recolectando para verificar su relevancia respecto a los objetivos de estudio.
- Posteriormente se organizó la información utilizando la computadora pasando toda la información hablada de las grabaciones a un formato texto en Word para facilitar su clasificación y análisis.
- Adicionalmente se elaboró una bitácora de análisis para registrar el proceso analítico de la información y las determinaciones que se vayan tomando respecto a ella, así como apuntes sobre, ideas, conceptos, otras fuentes de información, significados y categorías de la información, contradicciones, interrogantes, anotaciones relevantes para el estudio en general.
- Luego se desarrollaron anotaciones ordenadas para la redacción de la bitácora: Notas acerca de inconvenientes a lo largo de la entrevista, Notas acerca codificaciones de la información, notas acerca de nuevas ideas que surjan durante el análisis, anotaciones pertinentes acerca de las grabaciones que se están analizando, anotaciones acerca de las conclusiones previas que vayan surgiendo. Estas anotaciones son denominadas memos analíticos.
- Seguidamente se procedió a establecer la unidad de análisis al discriminar la información irrelevante.

- Posteriormente se hizo la codificación abierta de la información seleccionada, la cual se trata de contrastar las unidades de análisis con el objetivo de obtener categorías distinguidas para la investigación que cumplan con responder los objetivos.
- Las la información seleccionada y procesada se contrastó con la información de los antecedentes de la investigación generándose la discusión del estudio.
- Como último paso se procedió la elaboración de las conclusiones respondiendo fielmente a los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

2.7. Criterios éticos

Los criterios éticos tomados en cuenta para este trabajo de investigación tienen como modelo al Informe de Belmont, ya que según Jhon Ryan et al.(2018) es "uno de los arquetipos para la investigación cualitativa que garantiza procedimientos éticos en proyectos de investigación cuyas muestras o sujetos sean seres humanos, respetando sus criterios y particularidades" (p. 689). Por lo tanto, este modelo ético es muy apropiado para la realización de investigaciones referentes a las ciencias sociales, y se basan en tres principios:

Sobre los sujetos que colaboren con la investigación, deben recibir el tratamiento de seres individuales e independientes, y que aquellas personas con independencia limitada deben ser salvaguardadas; que los sujetos sean tratados como seres individuales respetando sus criterios particulares garantizando si integridad física y moral, finalmente se indica que los sujetos deben recibir un tratamiento igualitario sin hacer distinciones bajo ninguna circunstancia.

Sobre la aplicación de la investigación, el reporte de Belmont hace énfasis que para que un sujeto acepte de manera libre ser parte de la investigación se le debe brindar información completa sobre el propósito del proyecto de investigación y de qué

manera será usada la información que proporcione. Por otro lado, el autor también indica que: Quien hace la investigación debe analizar que sus técnicas e instrumentos sean apropiados, y la comisión de supervisión del proyecto debe evaluar que la exposición a la que se sometan los sujetos se justifique bajo los lineamientos éticos.

Sobre la elección de los participantes, el informe de Belmont aclara dos directrices: La justicia particular que se refiere a seleccionar los sujetos bajo criterios de ecuanimidad, y la justicia general que se refiere a seleccionar los sujetos evaluando si están aptos o no para asumir el compromiso de su participación en la investigación.

Por otro lado, el presente trabajo también está sujeto al código de ética que la Universidad Señor de Sipán (2019) que propone, en su versión 7° actualizada el 6 de noviembre de ese año, 6 principios generales y 6 principios específicos (p. 4).

- Resguardo de la dignidad personal y la diversidad social y cultural.
- Responsabilidad social y ambiental.
- Transparencia en la delimitación de los temas de investigación, así como en su realización.
- Obediencia a los parámetros éticos planteados por la comunidad científica.
- Rigor científico.
- Difundir las conclusiones de la investigación.

Como principios específicos, se plantea:

- El investigador tiene derecho a que se respete su propiedad intelectual
- Establecer adecuadamente citas y referencias de las fuentes consultadas según las normativas internacionales (para esta investigación se tomaron en cuenta las normas APA)
- Reconocimiento exclusivo a quienes participaron en la investigación.
- Reserva en el manejo de información y elaboración de objetivos.

Finalmente, también se tomaron en cuenta las normas de conducta a las que debe ajustarse un investigador que trabaje con las normas APA en su séptima edición. "Primero: Actuar con bondad y bajo ninguna circunstancia procurar hacer daño; segundo: ser responsables y fieles con los compromisos asumidos, tercero: optar siempre por un comportamiento integro; cuarto: se debe procurar ser justos e imparciales; y quinto: actuar con respeto sin atentar contra la honra individual de los sujetos" (American Psychological Association, 2020, p.4).

2.8. Criterios de rigor científico

El paradigma que guía esta investigación es el hermenéutico ya que no se pretende llegar a obtener una comprensión objetiva del fenómeno estudiado, sino alcanzar una comprensión subjetiva ofrecida por los criterios y experiencias de los sujetos participantes, es decir un entendimiento interpretativo alcanzado desde las diversas perspectivas. La interpretación del nuevo conocimiento que se obtenga será mejor o peor dependiendo de cuan próximo se ha estado al contexto real del fenómeno estudiado.

En ese sentido Fuster (2019) menciona que "Interpretar, comprender y transformar un fenómeno ayuda al investigador a obtener entendimientos holísticos del contexto y la problemática de su estudio, y es el paradigma hermenéutico una base para los enfoques cualitativos de la investigación científica" (p. 204). Por otro lado, "el paradigma hermenéutico es apropiado para el desarrollo de esta investigación porque nuestro común denominador en los objetivos es averiguar qué significan los fenómenos sociales y que sentido poseen en su contexto a través de un criterio humanista para comprenderlos con rigurosidad" (Gallardo, 2017, p. 83). Para ser más preciso, en esta investigación se pretende averiguar los cambios ocurridos (nuevas competencias laborales) en un grupo social determinado (periodistas) respecto a un determinado fenómeno (la narrativa transmedia).

III. REPORTE DE RESULTADOS:

3.1. Matriz de análisis de resultados.

Respuestas de los periodistas con experiencia en periodismo transmedia a nivel local. Entrevistas realizadas del 18 al 29 de noviembre de 2021

Tabla 4

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 1

Pregunta			Entrevistados		
Numero 1	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Cuáles con los conocimientos que debe priorizar un profesional del periodismo en el contexto multiplataforma (Medios tradicionales y medios no tradicionales)?	Un periodista debió haber pasado su proceso formativo de 5 años mínimo, en redacción, investigación, marketing, relaciones públicas (CC.CC). Informar con objetividad y transparencia. Que llegue con claridad informativa, contrastar fuentes, se debe ser además transparente para empatizar con la sociedad, informar con la verdad con valores y buena moral. Saber sobre formatos multimedia, rescato mucho el streaming, manejar muy bien el tema técnico de audio video, el diseño gráfico, etc.	Lo principal es la redacción periodística fundamental respondiendo a las preguntas básicas W5. A nivel de multiplataformas tiene que ser versátil y holístico, el periodista tiene que manejar todo tipo de información de diferentes campos científicos, investigar el contexto exacto de la información que estas tratando. Saber segmentar la audiencia, aplicar marketing, grandes medios lo utilizan	Definitivamente tiene que conocer las nuevas TIC, Tiene que ser muy leído y culto para abordar la infinidad de información que hoy en día circula en la multiplataforma.	El Correcto tratamiento de la información, la veracidad, la objetividad cualidades de los productos periodísticos profesionales. Informaciones veras en tiempo pertinente y que sirva a la sociedad. Redacción periodística. Conocimientos en segmentación de audiencias y marketing.	Conocer las nuevas TICs, además de la multimedialidad, el hipertexto, conocimiento de periodismo en redes sociales y manejo de páginas web (Integrar audio video, redacción); Tener presente las competencias tecnológicas, lenguajes HTML. Ser un buen communty manager, establecer un plan de comunicación con objetivos especificaos para cada plataforma, con programación establecida y midiendo el alcance.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 1	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
¿Cuáles con los conocimientos que debe priorizar un profesional del periodismo en el contexto multiplataforma (Medios tradicionales y medios no tradicionales)?	Conocimientos sobre las TIC, segmentación de audiencias, planificación de estrategias comunicativas, medir el alcance e impacto para planificar; además los géneros periodísticos y ciber periodísticos.	Tener un dominio básico en cuanto a redes sociales y plataformas digitales en general Ahora todos los medios tradicionales tienen espacios digitales. De como hacer una publicación, de como hacer un tag, de cómo medir las métricas de FB o Twitter. Entender sobre la segmentación de audiencias. Ahora los formatos que más se adaptan son los micro informativos, cosas puntuales, pastillas de 5 minutos Entender sobre herramientas multimedia para realizar podcast, entrevistas, formatos multimedia- cortos, precisos y de ato impacto; formatos gráficos también. Dominar competencias	Los mismos conocimientos de los medios tradicionales fusionados con los medios digitales que exigen nuevas competencias, como conocer sobre las TIC, conocimientos en segmentación poblacional, a nivel tecnológico y multimedia.	EL periodismo, en general, es el mismo desde que comenzó, lo que ha cambiado son las nuevas herramientas para comunicar (TIC) y las nuevas plataformas que surgen con la web. hay una convergencia de medios y las plataformas digitales son más inmediatas y de acceso más fácil a la información por ellos hay que saber trabajar con herramientas multimedia, el hipertexto, ser más precisos, pero más rápidos, y siempre contrastar las fuentes.	Tener presente las 5 W, conocimientos en redacción; contrastar las fuentes. Estar actualizados en el manejo de las TIC. Tener conocimientos a nivel técnico, que son de las exigencias más actuales para el periodista multiplataforma: Hacer transmisiones en vivo, saber manejo de quipos, tener conocimientos en diseño gráfico, diseños de revistas, etc. "No es el medio, es el periodista que hace al medio"

Tabla 5

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 2

Pregunta			Entrevistados		
Numero 2	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Qué géneros periodísticos están siendo más utilizados en el marco de la narrativa transmedia?	El género informativo es lo que más se usa en la región y considero que este le queda chico a la multiplataforma, ej, yo tengo Twitter y son poco los periodistas que twittean. Falta explorar los géneros interpretativos, el periodismo investigativo tampoco se trabaja un verdadero genero de opinión objetivo; no hay un periodismo de espectáculos.	A nivel local se informa el día a día explotando el género informativo, pero se le debe das también cabida al periodismo de investigación. En el gran espacio que representan las redes sociales como FB e IG el periodista tiene que tener la habilidad de adaptarse a las nuevas plataformas. Transmisiones, falsos vivos, desenvolverse y no pretender hacer el mismo trabajo de la TV o radio. los temas: Informativos, educativos, de entretenimiento, de fiscalización, de opinión.	El género informativo propiamente el otro es de opinión, es vinculante, con una interacción con el público Ha habido una convergencia de medios con tendencia a lo digital, es lo que se est consumiendo por una cuestión de utilidad y de inmediatez Formatos: Se pone de manifiesto lo multimedia (Audio y video), los textos con hipertextualidad y profundidad.	Géneros informativos y Géneros de opinión. Se evidencia un sesgo en el tratamiento de información por que obedecen intereses de grupos de poder.	Están surgiendo géneros diversos, muchas veces fusionando lo tradicional con lo digital. Video-columnas, blogs de opinión, crónicas narrativas con estilo literario, un periodismo de no ficción, pero más entretenido con un lenguaje más literario, infografías digitales como género en sí mismo y como elemento que puede incluirse en los reportajes multimedia (otro género), micro noticieros, caricaturas parlantes, podcast.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 2	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez
¿Qué géneros periodísticos están siendo más utilizados en el marco de la narrativa transmedia?	Género informativo, de entretenimiento, la descripción periodística y las entrevistas; los géneros de opinión se refuerzan en un contexto de campañas políticas. "Antes la radio estaba mas cerca del pueblo, ahora son las redes sociales y debemos adaptarnos y hablar ya de género ciberperiodísticos"	Transmisiones informativas; falta crónicas, reportajes (nivel interpretativo). Cuesta pasar de lo escrito a lo audiovisual aún.	Entrevistas, crónicas narrativas sociodramas, radionovelas (para persuadir a la población sobre las vacunas, por ejemplo) A través de los medios digitales, las maneras de comunicar han tenido que adaptarse a la web y principalmente a las redes sociales	El informativo, más inmediato; luego el narrativo como crónica periodística; y el menos usado es el periodismo de investigación porque demanda mayor tiempo y mayor trabajo. Los medios más adecuados para informar: Las plataformas digitales definitivamente en donde han convergido también las plataformas tradicionales, porque la virtualidad es más accesible e inmediata.	Los géneros informativos en todos los ámbitos y especialidades. En lo digital más se ve la crónica (interpretativo) y géneros de opinión. De todos modos, falta explorar mucho más estos dos últimos En cuanto a los formatos: Transmisiones en vivo, formatos multimedia, textos con profundidad (el hipertexto), diseños gráficos, una buena fotografía, podcast,

Tabla 6

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 3.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 3	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Qué conocimientos diferencia a un periodista de otros creadores de contenido informativo?	El profesionalismo: que tenemos criterio y rigor investigativo, los conocimientos básicos en redacción y producción de contenido informativo. Y los criterios éticos también.	Un periodista profesional debe saber crear estrategias, estar preparados para llegar a la audiencia de acuerdo al contenido, i.e., no porque un creador hace un video o sabe hacer una foto ya es periodista, un profesional sabe procesos comunicativos y para ello Incluso hay una especialización en periodismo multiplataforma. Tiene que saber redactar para un diario, para redes sociales, para radio, tv, así mismo la locución es distinta.	La responsabilidad, un periodista profesional por formación, tiene una conciencia de responsabilidad frente a los hechos; una persona que simplemente crea contenidos puede incurrir en faltas graves incluso delitos	Producir objetivamente, un periodista tiene que investigar, y más si asume la responsabilidad de comunicar a través de la multiplataforma porque la comunicación es más inmediata y tiene mayor alcance. También se debe ser imparcial y autónomo.	Un periodista analiza, investiga, planea, ejecuta estrategias, contrasta la información y tiene sentido de responsabilidad para con la audiencia; tiene además conocimientos profesionales en redacción, géneros periodísticos y además se debe manejar con conocimientos tecnológicos para afrontar el nuevo contexto comunicativo a través de los múltiples medios que han surgido principalmente en la web.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 3	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
¿Qué conocimientos diferencia a un periodista de otros creadores de contenido informativo?	La interpretación de la información, usamos un esquema periodístico, la estructura para emitir la información (Notas nacionales, regionales), Debemos tener un esquema periodístico con rigor profesional, debe haber rigor científico, criterios de investigación, y responsabilidad social.	El rigor profesional: contrastar las fuentes, verificar su información, ser plural, ser imparcial. Un creador de contenido sin ese rigor puede caer en sensacionalismo, difamaciones y escandalo porque no tiene la técnica para contrastar la información.	El profesionalismo, la contrastación de fuentes, el conocimiento en géneros y ciber géneros, en redacción periodística, pero lo más importante es el lado humano porque el periodista debe estar al servicio de la población. sin ese rigor profesional muchas veces se cae en el sensacionalismo.	La credibilidad y mucho contraste informativo (Que las segundas fuentes sustenten a las primeras), agenciarse de documentos que avalen la información. Ganare un prestigio.	El olfato periodístico, el profesionalismo, los lineamientos éticos, el manejo de la información que llega a nuestras manos: de fuentes primarias confiables, información corroborada. Además la buena redacción, es básico, respetando las reglas gramaticales.

Tabla 7

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 4

Pregunta			Entrevistados		
Numero 4	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Cómo asegura el alcance y continuidad de la información?	Dándoles un contenido de calidad y distribuido en formatos novedosos y modernos, y siempre guardado la buena reputación, el periodista vive de su reputación, si somos líderes de opinión tenemos garantizado la continuidad e nuestro contenido.	Cada periodista sabe que es vendible o que es la gente necesita o desea saber y de acuerdo a ello se enfoca la noticia, lo que llamamos el enfoque noticioso, con ello vamos a garantizar el alcance y la continuidad en la multiplataforma. Una vez más la segmentación de audiencia.	En la calidad en la información, la atracción que puede generar esta posibilidad. Tener conocimiento sobre la ley de oferta y la demanda, es decir, saber sobre marketing y conocimientos en segmentación de audiencias.	Veracidad, abordar la noticia con objetivas y darle en el momento oportuno (actualidad), instantaneidad. De esa manera se genera una imagen confiable que la audiencia reconoce y acoge de buena gana	A través del tratamiento de la información: Se debe respetar los principios básicos del periodismo que son la veracidad, la objetividad y el contraste de la información, de esa manera vamos a tener una audiencia que nos va a seguir e interactuar con nosotros y ese mismo público le dará continuidad a la noticia.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 4	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
¿Cómo asegura el alcance y continuidad de la información?	Con veracidad, llegando a la audiencia con objetividad, llevándolos a que ellos mismo investiguen la información, así se logra la fidelización de la audiencia. Debemos crear una buena imagen, una reputación intachable.	EL contenido audiovisual es la forma y el buen contenido es el fondo, ambos deben ser excelentes. Luego se deben evaluar las métricas del alcance del contenido: Saber cómo actúa el público, cuáles son los horarios donde hay más audiencia, más pegada la publicación, saber que etiquetas son pertinentes, como se debe tajear, ver qué términos utilizar (la redacción para redes sociales no es la misma para el periódico impreso), tener hipervínculos, no hacer un texto inmerso sino un hipertexto (Ello genera que a nivel SEO la página se muestre más frecuentemente en Google).	Traer nuevos autores, información estadística, especialistas, involucrara a la población (evaluar casos particulares) En las plataformas digitales segmentar a la audiencia (facilidad de las redes) y procurara que ellos mismos difundan la información, pero para ello el contenido debe ser clara, llamativo y sobre todo veraz.	Primero hay que entender a la audiencia, en ese sentido es importante conocer sobre la segmentación de públicos, y las nuevas plataformas virtuales tienen herramientas de medición inmediatas. En base a ello se tiene un eje sobre como abordar el contenido informativo, y con una información de calidad el público sabrá acoger el contenido y lo difundirá.	Con un contenido informativo de calidad, abordando temáticas que impacto que cumplan con las reglas de proximidad, continuidad, semejanza, interés público. Todo ellos usando recursos multimedia llamativos y fomentando a participación de la audiencia

Tabla 8

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 5

Pregunta			Entrevistados		
Numero 5	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
Considera que es importante hablar una lengua extrajera para sustentar un trabajo periodístico en el marco de la narrativa transmedia en el contexto local.	Hablarla no es quizás imprescindible, peor al menos entender el idioma universal porque el perfil del periodista es investigar y hay muchas fuentes en el idioma universal	A nivel local no se ha visto imprescindible aún, sin embargo, dado el contexto de la democratización de la información en la multiplataformas considero que es responsabilidad del periodista estudiar una segunda lengua	Se deben aprender todas lenguas posibles, el comunicador que se quiera jactar de ser más que un transmisor de ideas informativas y contextos, debe tener esa capacidad de aprender idiomas.	pero más importante aún debemos aprender quechua, aimara y otros dialectos a los cuales una pequeña parte de	Es un plus adicional, pero no es un limitante si no dominas, porque la nueva tecnología digital nos facilita la traducción. Debería ser un valor agregado para un periodista, una ventaja, mas no es un limitante.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 5	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
Considera que es importante hablar una lengua extrajera para sustentar un trabajo periodístico en el marco de la narrativa transmedia en el contexto local.	un contexto en el que la información está al alcance de todos lados y nos compete informar del acontecer local, nacional e	que no es imprescindible, pero si es necesario tener conocimientos para	siempre hablar otras lenguas para comunicar, sin embargo, antes del inglés, yo creo que es	están en gran medida en inglés. Aprender una lengua extrajera debería ser una competencia básica para el comunicador en el marco de la	multiplataforma

Tabla 9

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 6

Pregunta			Entrevistados		
Numero 6	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Podría nombrar las habilidades que debe reunir un periodista para adaptarse al periodismo en el contexto multiplataforma?	Ser críticos, inclusivos a todo tipo de audiencia porque el periodista es el nexo comunicativo de la sociedad Tiene que ser líder de opinión, tiene que leer mucho saber de todo.	Saber usar software de edición de video y audio, conocimiento holístico de actualidad, tener criterio, ser versátil y adaptarse. Ser innovador y crear contenidos novedosos, por ejemplo, para los fines educativos aplicar eduentretenimiento.	Tener una vasta cultura, leer constantemente, porque cuanto más lee mejor entiende las posibilidades de la escritura y del mensaje. y va a ser más democrático para poder asumir la responsabilidad de emitir contenidos. (Ojo no solo es leer novelas románticas, sino de todo tipo ciencias) La otra habilidad que rescato es que un periodista debe ser arriesgado al 100%, aprovecharse de todas las nuevas TIC que están al servicio del ejercicio periodístico, (Innovar).	Ser prácticos, aplicar un lenguaje sencillo sin rebuscar las palabras (el español es muy rico y la expresión de quien sabe hablar castellano debe ser sencilla), si quieres comprometer a la gente usa un lenguaje persuasivo. Por otro lado, acudir a recursos tecnológicos y multimedia.	Conviene trabajar de manera estratégica para adaptar los medios tradicionales a lo digital. Manejar habilidades tecnológicas de información en la web, manejo y uso de redes sociales para poder generar buenas estrategias de difusión de contenido, saber manejar edición de audio y video, habilidades para redactar textos sin errores ortográficos, errores de contenido o errores de estructura. Habilidades para sociabilizar, captar la atención, manejar el buen uso de la palabra y la oratoria.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 6	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chclayo
¿Podría nombrar las habilidades que debe reunir un periodista para adaptarse al periodismo en el contexto multiplataforma?	La creatividad, se evidencia en quienes aún no hemos abandonado las plataformas tradicionales, pero si hemos migrado e innovado en las nuevas plataformas digitales para seguir vigentes. Hay que saber escribir y redactar. Tener una apropiada interpretación de las noticias para colaborar con los problemas sociales, i.e., no nos quedamos con solo informas sino en buscar una solución de la situación problemática.	Adaptarnos fácilmente se adapte a cualquier circunstancia, no ser cerrados con la literatura que se nos enseñó, explorar nuevos caminos Tener buen criterio, buen ojo; ya no solo es agarrar una cámara y tomar foto sino tener una perspectiva, ya no solo es la regla de los tercios, sino que hay que transmitir, tener una buena voz y una buena dicción (podcast) ya no solo es la voz radial o la voz de narrador de noticias (toda engolada y fuerte), ahora todo eso ha cambiado. Habilidades relacionadas a lo técnico y audiovisual, el diseño gráfico, la fotografía.	El comunicador tiene que ser una persona asertiva, el tratar de utilizar la comprensión de la información, las habilidades sociales con empatía y responsabilidad social. Debemos adaptarnos a toda clase de circunstancias para poder comunicar información autentica y contrastada.	Criterios profesionales, para garantizar credibilidad, y tener buena reacción (sobre todo en redes sociales: tener claridad y capacidad de síntesis)	Olfato periodístico, ser persuasivo, empático, tolerante, ser hábil para buscar a la información y las fuentes, ser versátil, estar en constante actualización; saber buscar la primicia, y para ellos hay saber buscar el detalle. Tener buenas relaciones públicas con personas claves que potencialmente, en algún momento van a ser tus fuentes.

Tabla 10

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 7

Pregunta			Entrevistados		
Numero 7	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Qué destrezas se requieren para diversificar la información en las distintas plataformas?	Ser bastante meticuloso en dar la información (entusiasta, cargoso, castroso) Ser metido, audaz, ir por la noticia no esperara que venga a uno, vehemente con coraje. SI reúnes esas condiciones tu información va ser rica, completa y eso vende, eso llega a la población.	Un periodista tiene que investigar a profundidad sobre el tema que aborda. De esta manera se garantiza la riqueza del contenido, y se ganamos buen prestigio (Saber de qué se habla).	La información fluye de dos maneras: Por el interés que tenga la audiencia y la capacidad que tenga el periodista de darle gusto a esa audiencia. Cita a "Una especie de filósofo del Pueblo, Pocho Rospigliosi (Periodista deportivo de radio de la vieja data): 'Darle lo que le gusta a gente '". Pero no darle basura. Es ahí donde entra el trabajo periodístico, educara a la sociedad, presentando siempre contenido informativo atractivo, que le agrade a la audiencia para su disfrute y aprendizaje.	Leer continuamente, siendo alimentados de información contantemente de manera obligatoria. Porque en la multiplataforma hay un público muy exigente y si no te cree calificado y lo suficientemente preparado, la información que uno emita no va a tener valor.	Saber manejar las redes sociales, es ahí donde la información se ha descentralizado. Usar herramientas para viralizar contenidos, destrezas para hacer buenos contenidos y saber como difundir contenidos conociendo al público (segmentación de audiencias- ello no significa que ellos van poner la agenda, sino adaptar la producción que le sirva a la audiencia).

Pregunta			Entrevistados		
Numero 7	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
¿Qué destrezas se requieren para diversificar la información en las distintas plataformas?	El desenvolvimiento, el valor agregado del contenido informativo, darle un estilo propio, sino hago eso me quedo sin audiencia tanto en la radio como en las plataformas digitales. sin mentir, siendo objetivos, sin ser sensacionalista, procurando la participación de la audiencia en el proceso comunicativo.	Desde mi experiencia, una misma noticia se trata de tres maneras diferentes: la que va a salir un jueves tiene un estilo de informe, es una nota ampliada; luego se trabaja la nota para FB que consta de 3 a 4 párrafos; y se trabaja luego mucho más reducido en Twitter que es solamente el lead o el gorro de la noticia. Una misma nota se trabaja en varias plataformas con estilos y formatos distintos. Si tuviéramos cuenta en IG tendríamos que ver otro tratamiento de información, etc.	Tener un buen manejo de herramientas digitales y softwares; luego presentar un producto de calidad y con buen soporte tecnológico y multimedia, gráfico, etc.; y también es importante pensar en el discurso para informar, i.e., maneras de persuadir a la audiencia.	Criterios profesionales, para garantizar credibilidad, y tener buena reacción (sobre todo en redes sociales: tener claridad y capacidad de síntesis)	Primero identificamos las plataformas tener en cuenta que tipo de formato es el más apropiado, debemos identificar qué público consume información en cada plataforma, saber cómo redactar para en cada en cada plataforma. Adaptar los formatos al medio y actualizarse a nivel técnico.

Tabla 11
Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 8

Pregunta			Entrevistados		
Numero 8	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Qué habilidades pone en práctica para procurar la inmersión del usuario en el relato periodístico transmedia?	Mediante el mismo trabajo, uno debe ir haciéndose una reputación poco a poco, dando a conocer un trabajo limpio, transparente, autentico verás, con información de primera mano (acudir a lugar de los hechos) relevante; El trabajo profesional convence.	Ética periodística, saber hacer participar a la audiencia y darles respuesta a sus demandas informativas. Hacerlos participar en los procesos comunicativos: En redes sociales con comentarios, reacciones, en vivos; en radio dándoles micrófono para que se expresen; a través de encuestas, etc. Que incluso se hacen a través de WhatsApp; dependiendo del corte informativo	el periodista debe ser más inteligente para ser más inteligente al consumidor. La audiencia está acostumbrada a consumir réplicas de contenidos, de información, de sentido social, es momento de contrarrestar eso desde el campo del periodismo apoyado en la multiplataforma. informado con la verdad, el periodista tiene que ganarse una buena reputación y así procurar tener un público fidelizado en la plataforma que sea,	Aprender a manejarse con tolerancia en la multiplataforma, dado el innumerable número de pensamientos e ideas que hoy en día transmiten las audiencias participativas en la multiplataforma.	Hacer una adecuada segmentación de audiencias- ello no significa que ellos van poner la agenda, sino adaptar la producción que le sirva a la audiencia.

Pregunta			Entrevistados		
Numero 8	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
¿Qué habilidades pone en práctica para procurar la inmersión del usuario en el relato periodístico transmedia?	Darles una constante participación, atendiendo sus necesidades desde nuestra competencia informativa, ofreciendo la verdad objetiva, sin ser tendencioso, y manteniendo siempre la buena imagen Un periodista vive de su buena imagen.	Trabajar mucho con la inmediatez, sino podemos tener todos los datos publicar datos que se tenga a la mano (Debidamente contrastados) siempre dejando claro que se ampliará la información. Que la audiencia nos conozca como sinónimo de rapidez, convertirse en un referente de información buena y actualizada.	las nuevas plataformas digitales ayudar a involucrar más al usuario; por otro lado, debemos tratarlos con sumo respeto, atendiéndolos asertivamente. ofreciéndole una información de calidad y veraz, ello generará una buena reputación en las multiplataformas y será un factor a favor para el trabajo periodístico. El público es nuestra mejor referencia, ellos o nos catapultan o nos lapidan. sin acercarse al morbo o el sensacionalismo, sino más bien colaborar con la solución de problemáticas, fiscalizando, educando, etc.	Saber aprovechar las nuevas tecnologías de información y difusión para acceder a más audiencia. El periodista es el ojo de la comunidad, recoge todas las informaciones, y este esta requerido de "llorar si la gente llora, de reír si la gente ríe", es decir, transmitir las mismas emociones que vierte la población (los que producen la información). Todo este proceso de inmersión es más fácil gracias a las TIC y debemos aprovecharlas al máximo.	Creo que el manejo de las emociones es un recurso muy importante, conocer la audiencia, pensar como ellos piensan, entenderlos, rescatar sus problemáticas y ser su voz. Y darles más participación, ahora ya no es una comunicación vertical entre periodista y público sino transversal, bidireccional.

Tabla 12
Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 9

Pregunta			Entrevistados		
Numero 9	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
Después de la pandemia, o la crisis política ¿Qué lecciones no ha dejado el comunicar en tiempos de crisis?	Gracias a que el periodismo nunca dejo de informas y más aun con la multiplataforma y sobre todo los medios digitales, y la mejor lección que aún seguimos aprendiendo es que debemos ser versátiles e innovadores, estar en constante actualización en cuantos las nuevas plataformas para que facilitan los procesos comunicativos.	Adaptarnos de manera inmediata, esa debe ser una actitud imprescindible. El comunicador ha tenido que aprender sobre la marcha como comunicar en ese contexto. Hemos tenido que reinventarnos y aprender sobre las nuevas plataformas de comunicar y fusionar los conocimientos y habilidades para garantizar un proceso comunicativo de calidad. Una crisis también es sinónimo de oportunidades.	Hemos tenido que aprender sobre la marcha, de hecho, nos rebajamos al nivel del clásico comunicador alarmista. Se ha reflejado una falta de preparación, lo que da pie a que reevaluemos que significa ser comunicador y cuáles son nuestras responsabilidades como comunicadores de poder emitir contenidos responsablemente.	Hemos descubierto que no estábamos preparados para una crisis hemos tenido que aprender y adaptarnos. Entonces rescato eso, la adaptabilidad que debe ser un valor del periodismo. Y ahora con la convergencia de medios es una obligación ser responsable con la sociedad e ir innovando para informar.	La tecnología ha llegado para quedarse y hay nuevas formas de trabajo, en el cual hay muchas oportunidades para difundir contenidos periodísticos, y con un costo muy reducido. Entonces es nuestra obligación, ante la viabilidad de la web, adaptar al periodismo y tomar la oportunidad en multiplataformas para facilitar los procesos informativos

Pregunta			Entrevistados		
Numero 9	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
Después de la pandemia, o la crisis política ¿Qué lecciones no ha dejado el comunicar en tiempos de crisis?	La crisis que vivimos ha evidenciado que muchos de los profesionales no hemos sabido como transmitir la información en emergencia. Ello deja una buena lección, debemos adáptanos a las nuevas plataformas de comunicación digital que nos permite estar en todos lados en tiempo real	Las empresas periodísticas han tenido que adaptarse a la mala a los medios digitales. Entonces se rescata el valor de la adaptabilidad a las nuevas TIC, con maneras muy distintas de conseguir la información. La gente va a continuar informándose a través de plataformas virtuales. Esto tiene ventajas por que se ha descentralizado los medios y la información, y podemos tener contacto con fuentes que antes ni nos hubiéramos imaginado.	Hemos aprendido a adaptarnos a las nuevas maneras de comunicar, ese un valor primordial del periodismo hoy en día en la multiplataforma. Debemos aprender a comunicar con fuentes contrastadas, no atender a las necesidades del empresariado manteniendo la independencia periodística.	La adaptabilidad ante la convergencia de medios a las plataformas digitales es un contexto de verdadera democracia donde la comunicación es más fluida y viable entre todos los sectores de la población. Es ahí donde surgen nuevas consideraciones éticas de responsabilidad periodística (Saber de teorías y actualizaciones) y sobre todo responsabilidad social.	migración a lo digital, un proceso que iba lento pero seguro, pero que con el confinamiento se aceleró el proceso y tuvimos que adaptarnos como pudimos. En cuanto a la crisis política también, se ha evidenciado mucha parcialidad y es algo que aleja al periodista de su verdadera misión. Entonces lo principal es que debemos procurar la adaptabilidad, ser imparciales, ser independientes e informar con la verdad.

Tabla 13

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 10

Pregunta			Entrevistados		
Numero 10	Vladimir Villón Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
Ante el incremento de información falsa en multiplataformas ¿Cuál es la actitud que debe tomar un periodista profesional?	Consideraciones éticas: Informar con la verdad, ser éticos, ser humildes y no procurar comercializar con la información; El periodismo tiene el poder de tumbar gobiernos por lo que hay una responsabilidad enorme a l momento de ejercer el periodismo. Se necesita se profesional del periodismo para entender lo que es la ética periodística, el periodismo no es lucrativo, al menos no es su fin principal.	Contrastación de fuentes, criterios éticos, Y siempre acudir a fuentes confiables. Eso es un reto actual del periodista. Aquel que tiene experiencia conoce sus fuentes, sabe cómo obtener información eficaz objetiva, y también tiene cuidado al momento de enfocar la información porque una palabra, una imagen, etc. te puede cambiar toda la información. respetar los límites éticos para no caer en el sensacionalismo alta mucho una regulación por parte de las autoridades, porque si hay regulación para Radio y TV, pero para las nuevas plataformas no hay una regulación formal	El patrimonio más grande del periodista es el buen nombre, por tal motivo las redes sociales, deben regularse y aumentar la presión sancionadora sobre quienes ejercen la falsa información. Entonces el periodista tiene que diagnosticar, analizar, investigar, fundamentar, tener documentación, generara la veracidad del hecho sobre el cual voy a trabajar, esas son las consideraciones éticas Responsabilidad social. Ojo, la libertad no da el derecho de decir lo que quieres, sino lo que debas decir.	Estar constantemente informado, ser ético e investigar las fuentes, emitir un juicio de valor con pruebas y debidamente argumentado, esa es la actitud de un periodista responsable, de lo contario serás un opinologo más de las redes sociales, por ejemplo.	Generar herramientas para filtrar la información, ahora en periodismo multiplataforma no es quien publica primero sino quien publica mejor contrastado, mejor contado, mejor elaborado. Evitar la manipulación de elementos gráficos y audiovisuales; evitar el sensacionalismo. Lo que hace la diferencia es el profesionalismo y trabajar en el rigor de la investigación

Pregunta			Entrevistados		
Numero 10	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
Ante el incremento de información falsa en multiplataformas ¿Cuál es la actitud que debe tomar un periodista profesional?	La responsabilidad de trabajar con rigor profesional, saber redactar, contrastar la información, saber hacer buen uso de las herramientas multimedia, etc., además de la responsabilidad social. Por otro lado, hay poca regulación en la emisión de información en las plataformas digitales, y la audiencia puede contribuir con su erradicación no compartiendo información tendenciosa y denunciándolas.	Los periodistas deben seguir haciendo un trabajo profesional y eso poco a poco va dejando sin cabida a las noticias falsas. En la medida que hagamos bien nuestro trabajo esto va a ir disminuyendo. Es responsabilidad de nuestra profesión combatir esta situación con una información que eduque a la audiencia y su comportamiento sea más exigente y selectivo a la hora de escoger que medios usa para informare.	Un periodista irresponsable puede provocar guerras. Contrastar la información debemos ser líderes de opinión para contrarrestar los efectos de las noticias falsas, porque ahora hay influencers que sin ningún rigor científico difunden información falsa y le hacen daño a la sociedad	Es responsabilidad del periodista ser objetivo y generara un contenido de calidad para generar una buena reputación de sí mismo y salvar al periodismo ciertas malas interpretaciones por parte de la audiencia. Debemos confirmar siempre la información y no apresurase procurando tener la primicia porque si es falsa vienen los problemas. Trabajar en favor de la verdad o que se acerque a esta, y darle seguimiento para completar el ciclo informativo.	Seguir los pasos: Bloquear el contenido falso, denunciar a la página que lo público, y no compartir la información. Nosotros debemos educar a la audiencia para que no siga este círculo vicioso de creer en toda la información.

Tabla 14

Respuestas de los periodistas entrevistados. Pregunta 11

Pregunta			Entrevistados		
Numero 11	Vladimir Villon Andía	Cristina Caipo Santa Cruz	Ángel Vallejos Pasco	Manuel Castañeda Aurazo	Percy Ventura Suclupe
¿Qué actitudes debe reunir un periodista si quiere emprender en el marco de la narrativa transmedia periodística en el contexto local?	Tener el conocimiento a nivel profesional y técnico, tener claro tu enfoque (que tipo de periodismo quieres hacer). Entender al público, y apostar por lo bueno, hay que pretender empezar a cambiar la mentalidad de la sociedad, hay que ser humanos siempre paras hacerse llamar periodista, empático. Ser un periodista con criterio propio (independiente) es algo que vale al 100%	Ahora con las nuevas posibilidades de las plataformas digitales, emprender proyectos periodísticos es muy viable, y se explotan todas las herramientas que ofrece, sin embargo, también es muy importante la experiencia y los conocimientos y ofrecer un valor agregado. la conciencia no puede ser comprada, un periodista no se vende, ese es el verdadero valor de independencia. Eso también otorga la reputación a un profesional periodístico.	Arriesgarte todo lo que puedas, todo lo que alcance la capacidad y las ganas. Rodéate de gente con metas, optimistas, y con capacidades y habilidades necesarias; sin temor, quien fracasa haciendo algo el único que no fracasa es quien no hace nada.	Un comunicador tiene que ser autónomo e independiente, es quien conoce sobre los procesos comunicativos y sabe cómo hacer su trabajo, dedicarte a producir información según tus metas trazadas. Si es necesario tienes que ser multioficios a nivel de la administración de la empresa periodística, a nivel de la producción de información y a nivel técnico, Por último, tener siempre una visión de negocios.	Tener presente las funciones del periodismo: Educar, informar y entretener. Un periodista debe mantener su credibilidad, su prestigio en cualquier plataforma. El valor de la independencia es muy importante mantenerlo siempre, es el periodista quien debe defender su autonomía, para sostener su prestigio ante la audiencia como líder de opinión (Un periodista no sirve al empresariado, sino a la sociedad)

Pregunta			Entrevistados		
Numero 11	Karina Cuyate Atencio	Javier Onofre Bances	Yris Pozo Fernández	Victor Larcery Díaz Suárez	Solange Vásquez Chiclayo
¿Qué actitudes debe reunir un periodista si quiere emprender en el marco de la narrativa transmedia periodística en el contexto local?	Prepáranos en todo momento, actualizarse en conocimientos sobre las nuevas maneras de comunicación, ser innovadores ofreciendo un valor agregado, ser atrevido, pero siempre con información contrastada, estudias y leer mucho, y saber de todo no solo cultura general sino a profundidad sobre la información con la que se trabaje. Nunca se nos debe ocurrir manipular la información y/o transgredir los derechos del ciudadano.	Mucha perseverancia, hacer rentable un programa digital es viable, pero de largo aliento debes reunir un buen equipo de trabajo, lo bueno de las plataformas digitales es que el equipo es reducido, pero eso si ampliando más sus competencias tanto en conocimientos actualizados y a nivel técnico, y estar inmerso en el manejo funcional de las redes sociales. no solo es viable ejercer el periodismo en las nuevas plataformas, sino es una obligación; un medio no puede permanecer solamente en e la plataforma en que nació, sino debe expandirse y adaptarse a todas las plataformas que pueda.	Ser profesional, saber investigar, contrastar las fuentes; ser una persona abierta al diálogo, ser asequible, ser innovador y actualizarse constantemente en cuanto a las nuevas competencias, usar los recursos tecnológicos, ser empáticos y asertivos. Usar todas las habilidades comunicacionales y sociales, hacer que la población participe, siempre estar pendientes del acontecer diario.	Ser atrevido aprovechando las nuevas plataformas digitales, creando sus propios diseños, su identidad gráfica, con el ejercicio natural de ser periodista; agruparse con un grupo de 2 o 5 colegas que estén interesado por formar una empresa "No hay excusa para salir a la calle a patear latas". Siempre adaptándonos e innovando.	Explorar y explotar las redes sociales, ahora la viabilidad está en las plataformas digitales y a partir de ahí ganarse un nombre siendo. Ser transversales con la información, capacitarse para poder manejar la web no solo es tener la foto y la información, apoyarse de programas de edición, saber en donde lo vamos a transmitir, identificar a la audiencia, tener una identidad corporativa, hacerla de diseñador gráfico. Luego tener visión de ampliarse y extenderse en la multiplataforma apoya de todas las herramientas profesionales y técnicas.

3.2. Análisis y discusión de los resultados

Luego de haber analizado las entrevistas realizadas a 10 periodistas con experiencia haciendo periodismo transmedia, se encontró que las nuevas competencias laborales que exige el trabajo multiplataforma es conocer principalmente el manejo de las nuevas Tecnologías de la Información (TIC), lenguaje HTML, la multimedialidad y la hipertextualidad tener conocimientos y habilidades nivel técnico (Edición de audio, video, diseño gráfico y transmisiones en vivo); y manejo de equipos de grabación. Lo encontrado coincide con la conclusión al que llegaron Lazo et al. (2020) en la cual afirman que un periodista actual debe adaptarse a las herramientas tecnológicas y entornos web sustentables.

Por otro lado, el análisis de resultados arroja que hay una evidente convergencia de medios al espacio digital, al cual los medios tradicionales han tenido que adaptar sus procesos informativos para seguir vigentes. Ello da cuenta de la influencia de la web, como medio de medios (Scolari, 2015) para producir trabajo periodístico transmedia, apareciendo por su puesto, nuevas competencias laborales para sostener una trabajo multiplataforma auténticamente profesional haciendo hincapié en el manejo de las redes sociales. Así pues, De Oliveirs et al. (2020), López, et al. (2017), Diaz (2020) coinciden en que el periodismo se ha vuelto complejo por el uso de las tecnologías digitales en donde se crean nuevas disciplinas y competencias, lo cual exige un adecuado manejo de las nuevas plataformas que surgen en la web.

Por su parte, Romero y Estrada (2020) afirman en el contexto digital antes mencionado se debe atender las necesidades comunicativas (cada vez mas específicas) de la audiencia, además es importante adquirir habilidades propias de un líder, desarrollando empatía con la audiencia con el objetivo de fidelizarlo. Lo afirmado por el autor también coincide con los resultados obtenidos en el análisis de las entrevistas ya que uno de los pilares que sustenta lo transmedia es la audiencia (o más apropiadamente llamada en este contexto como prosumidor) a la cual hay que saber entender su comportamiento de consumo de información aplicando conocimientos en marketing y segmentación de públicos; también los periodistas entrevistados respondieron que es de vital importancia proyectar ante los prosumidores un imagen de líder de opinión, promoviendo su participación en los procesos informativos con una comunicación bidireccional, empática

y objetiva.

También se encontró que un periodista, como parte de sus nuevas competencias laborales frente a la narrativa transmedia, tiene la obligación de adaptarse al nuevo contexto informativos, es decir, a las multiplataformas, la convergencia de medios al espacio digital; las nuevas formas de abordar la información para transmitirla, los nuevos formatos y las nuevas audiencias. Es decir, se debe ser versátil e innovador, y estar en constante actualización profesional y técnica. Esta información guarda relación con lo afirmado por Santillán (2019) quien concluye su ivestigación afirmando que el auge de la era digital y los nuevos procedimientos tecnológicos ha orillado a los medios periodísticos a adaptarse a las nuevas tendencias incluyendo las competencias administrativas.

Los aspectos mencionados anteriormente coinciden con los estudios previos consultados para la elaboración del presente proyecto de investigación en la categoría de conocimientos y menor grado en las categorías de habilidades y actitudes establecidas en la operacionalización de variables de la investigación. Esto debido a que los objetivos planteados en la presente establecen una visión holística en cuanto las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia en el contexto regional, y los antecedentes consultados responden a objetivos más delimitados como: Determinar las habilidades tecnológicas del periodista, las competencias transmedia en el periodismo de investigación, identificar los conceptos de la narrativa fotográfica para detallar la actividad periodística mediante la narrativa transmedia, buscar nuevos escenarios multiplataforma para iniciar proyectos periodísticos transmedia, determinar las nuevas competencias del periodismo en el contexto digital, o ¿Cuáles son las nuevas especializaciones del periodismo multiplataforma?; además que el diseño de la presente investigación (teoría fundamentada) requiere de la consulta de expertos en el fenómenos estudiado, y los antecedentes encontrados han tenido diferentes diseños, con muestras e instrumentos de recolección de datos distintos.

Finalmente, la narrativa transmedia también está presente en la labor periodística y tal como lo mencionan los autores antes citados y el análisis de los resultados de la presente investigación, la web ha provocado que una convergencia de medios sin

precedentes, las nuevas plataformas digitales facilitan y aceleran los procesos informativos en múltiples formatos y relatos (siempre respetando los principios periodísticos básicos) repotenciado al periodismo transmedia, generando inevitablemente nuevas competencias que son materia de actualización para todo periodista de la nueva era. En ese sentido la presente investigación aporta con nuevos conocimientos sobre las nuevas competencias laborales del periodista ante la narrativa transmedia, mismos que serán detallados a continuación a manera de consideraciones finales.

3.3. Conclusiones.

1. En cuanto a los nuevos conocimientos del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021 se concluye que la redacción periodística sigue siendo uno de los pilares del periodismo, pero debe adaptarse a las nuevas plataformas, no es lo mismo redactar para prensa escrita que redactar para redes sociales, páginas web, o para notas de radio y/o televisión. Los géneros periodísticos más usados siguen siendo los informativos seguidos de los interpretativos (crónicas y reportajes) y en menor medida los géneros de opinión; el periodismo investigativo también es un rubro que falta explotar en el contexto multiplataforma.

Se ha evidenciado una convergencia de medios al espacio digital en el que surgen nuevos géneros periodísticos llamados géneros ciberperiodísticos como video columnas, reportajes multimedia, caricaturas parlantes, micro noticieros, mismos que los periodistas deben tener conocimiento sobre su planificación ejecución y difusión. Es por ello que las nuevas competencias que surgen es tener conocimiento a nivel técnico en el manejo de softwares de edición de audio y video para elaborar contenido informativo multimedia, de diseño gráfico; manejo de equipos tecnológicos digitales puesto que los analógicos ya están quedando en el olvido.

Se debe trabajar contenidos de calidad, distribuidos en formatos novedosos y atractivos; Plantearse un enfoque noticioso para cada plataforma en específico (conocer la audiencia a través de la segmentación – entender el comportamiento

del consumidor en las distintas plataformas - <aprovechar las herramientas métricas de las redes sociales>). Tener presente los criterios de actualidad, proximidad, instantaneidad, objetividad y relevancia, continuidad. Fomentar en todo momento la participación de la audiencia; a nivel digital es más conveniente informar a través del hipertexto que con un texto inmenso, esto ayudará a mejorar el posicionamiento SEO

Hay que tener presente los criterios de rigor profesional como el análisis contrastado de datos, planificación con esquemas periodísticos, ejecución objetiva y seguimiento. Finalmente, hablar un idioma extranjero en el contexto regional no es necesario para hacer periodismo transmedia, sin embargo sería un valor agregado hablar al menos inglés ya que se tendrá acceso a más fuentes informativas; lo que debería ser más urgente es aprender el quechua y/o el lenguaje de señas para incluir a los pobladores quechua-hablantes y personas sordo mudas de la región que consumen información a través de la multiplataforma en al cual la información se ha democratizado.

2. En cuanto a las nuevas habilidades del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021 se concluye que el periodista debe desarrollar su sentido crítico, debe ser versátil, creativo, resolutivo e innovador para crear todo tipo de contenidos para diferentes plataformas, así mismo debe ser sociable e inclusivo con las audiencias. El ejercicio de la actividad periodística en la multiplataforma debe ser democrático, con un discurso entendible, ágil, adecuado; desarrollar la habilidad para investigar al detalle los acontecimientos, ahí está el valor diferenciador.

El periodista debe ser un líder de opinión, debe ser hábil para conocer acerca de cada uno de los campos del conocimiento y garantizar su credibilidad, ser hábil para tener relaciones públicas claves que funjan como fuentes confiables; se concluye además que un periodista tiene la obligación de ser culto para mejorar la habilidad de escritura, de dicción, de interpretación de la información sin caer en el prejuicio y usar correctamente el idioma castellano.

Un periodista tiene que ser arriesgado y hábil para interpretar las necesidades

comunicativas de su audiencia, para luego ofrecer un contenido informativo con un valor agregado con un estilo propio, con un contenido diferenciado (adaptarlos al medio) en cada plataforma que se emite en cuanto a formatos, redacción y recursos, pero que guarde coherencia.

Finalmente, en la categoría de habilidades, hacer énfasis en el desarrollo de destrezas garantiza la inmersión de la audiencia en el relato transmedia a través de la proyección de un imagen impecable, desarrollando habilidades socioemocionales, y produciendo un trabajo de calidad en forma (contenido) y fondo (formato) para las diferentes plataformas.

3. En cuanto a las nuevas actitudes del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021 se concluye que se debe trabajar con la verdad y con independencia absoluta, el periodismo está al servicio de la sociedad y no del empresariado, sea cual sea la plataforma de trabajo.

Además se halló la adaptabilidad ante la convergencia de medios a las plataformas digitales, es un contexto de verdadera democracia en el cual la comunicación es más fluida y viable entre todos los sectores de la población. Es ahí donde surgen nuevas consideraciones éticas de responsabilidad periodística (Saber de teorías y actualizaciones) y sobre todo responsabilidad social.

Finalmente, un periodista debe promover la ética informando con la verdad a través de fuentes confiables. Comercializar con la información y caer en el sensacionalismo solo por ganar un alto número de audiencia es irresponsable y puede traer consecuencias desagradables para la sociedad, "un periodista irresponsable puede provocar guerras". Un periodista es el verdadero influencer pero no por famoso sencillamente sino porque debe ser un líder de opinión respetado que informa con profesionalismo y justicia.

3.4. Recomendaciones

- 1. A la escuela profesional Ciencias de la Comunicación de la universidad Señor de Sipán se recomienda reestructurar la malla curricular, incluyendo cursos especializados específicos (no como tema de unidad de otros cursos) a nivel técnico para la formación de los futuros nuevos profesionales. Esto ante las nuevas exigencias en cuanto a las competencias laborales para un profesional de la comunicación, específicamente para el periodismo, en un contexto de convergencia de medios a espacios digitales dentro del marco de la narrativa transmedia.
- 2. Así mismo, a mi casa superior de estudios, Universidad Señor de Sipán, pueda gestionar la inversión en equipos modernos para ambientar las distintas salas de práctica de la carrera de Ciencias de la Comunicación: Set de radio, cabina de grabación de radio, set de televisión, salón de edición y post producción. Con el objetivo de que las nuevas generaciones de estudiantes tengan acceso a herramientas vanguardistas para poner en práctica sus conocimientos y desarrollen competencias laborales a la altura de las actuales exigencias del mercado laboral.
- 3. A los periodistas profesionales del periodismo, preocuparse por adquirir nuevas competencias profesionales de acuerdo con las nuevas exigencias de las multiplataformas, a través de estudios de especializaciones y/o actualizaciones a nivel técnico y profesional, fusionando ambas dimensiones para sustentar un auténtico trabajo periodístico profesional transmedia. Por otro lado, hacer hincapié en que el periodismo está al servicio de la sociedad y nada más que de la sociedad, jamás al servicio de fines meramente lucrativos.
- 4. A los estudiantes de ciencias de la comunicación que quieran seguir la especialidad de periodismo, ser atrevidos innovadores y versátiles, desarrollar el gusto por el detalle; tratar a la audiencia con respeto e incluirla en todos los procesos informativos. La narrativa transmedia exige ser un profesional multitareas por lo que es necesario conocer no solo el lado profesional de la

carrera sino los aspectos técnicos y éticos para subsistir en el nuevo entorno multiplataforma.

- 5. Finalmente, a todo profesional del periodismo, tomar en cuenta a la narrativa transmedia (un término relativamente nuevo pero que se viene practicando de manera aún muy básica en la región) para que se sigan realizando investigaciones con respecto a este fenómeno y se pueda llegar a optimizar el trabajo periodístico a través de la multiplataforma como se viene haciendo en el referente internacional. Esto se lo logrará adaptándonos a las nuevas demandas del público consumidor de información, estimulando el periodismo de inmersión y participativo para promover la evolución de la manera ya conocida de contar la noticia hacia formatos innovadores, atractivos y sobre todo inteligibles para audiencias específicamente detectadas.
- 6. En ese sentido, se recomienda explorar formatos como historietas y comics para narrar noticias a jóvenes que no encuentran atractivo leer grandes cantidades de texto, gifts, memes, dibujos, juegos on-line; por otro lado podcasts, webinars, infografías, audiolibros, blogs, aplicaciones, música, contenido a través de correo, redes sociales y aplicaciones de mensajería, etc. Tomar en cuenta que todo contenido que se produzca y difunda tiene que tener un diseño responsive, es decir que pueda ser visualizado correctamente en cualquier dispositivo electrónico.

REFERENCIAS

- Alarcón, G., & León, N. (2016). Requerimientos profesionales de los egresados de periodismo por las empresas periodísticas de Arequipa, 2016. (Tesis para optar el título profesional de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación Especialidad: Periodismo). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3642
- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). https://doi.org/10.1037/0000165-000
- Ángel, D. (2012). La hermenéutica y los métodos de investigación en ciencias sociales. Estudios de Filosofía, 0(44), 9–37.
- Anticona, A. (2022) La crónica de viaje en el periodismo narrativo latinoamericano a partir de dos autores: Alma Guillermoprieto y Rubén Darío. Correspondencias & análisis, 15, 83-103.
 http://ojs.correspondenciasyanalisis.com/index.php/Journalcya/article/view/414/666
- Armendáriz, E (2015) El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del mercado. REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS, 9 (5), 153-178.
- Arribas, A. & Islas, O. (2021) El prosumidor en la economía colaborativa: una nueva forma de participar en el mercado de consumo. Palabra Clave, 24 (2), 24-27
- Atarama-Rojas,T.; & Menacho-Leon, N. (2017) Narrativa transmedia y mundos transmediales:Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. Revista de Comunicación 17 (1), 1-23
- Borda, N. (2021) Enseñando Transmedia perio dismo en colombia, una experiencia pedagógica con estudiantes universitarios. cuadernos.info (48), 215-236
- Canal CABLE&DIARIO S.A (2015) Carlos A. Scolari Periodismo Transmedia (Archivo de Video) https://www.youtube.com/watch?v=4f0EZ7ML164&t=638s
- Carrero, O., García, F.(2021) Cambios en el periodismo durante el estado de alarma en España: El uso del vídeo en El País. Estudios Sobre el Mensaje Periodistico 27 (1), 295-306
- Casero-Ripollés, A. (2020). La COVID-19 en el periodismo: un impacto ambivalente.

- Revista de La Asociación Española de Investigación de La Comunicación, 7(14), 2–26. https://doi.org/10.24137/raeic.7.14.1
- Cruz, J. (2020). Competencias y metacompetencias de los periodistas digitales. *URU. Revista de Comunicación y Cultura*, 54–67. https://doi.org/10.32719/26312514.2020.3.5
- Chiroque, Y. (2019) Estudio de las características de la noticia digital publicadas en el diario la república. caso: odebrecht ollanta humala tasso año 2017. (Tesis para optar el título de licenciado en comunicación). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.
- De Oliveirs, É., Fiorini, B., & Bortulozzi, L. (2020). LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES. *Universidad UTE / CC BY Tsafiqui, Revista Científica En Ciencias Sociales*, 1(14), 89–105.
- Delgado, A. (2019) La revista digital como herramienta del periodismo cultural.

 Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. [Trabajo de bachilleraro, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo].

 http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/3112/TIB_DelgadoFarro%c3%b1ayAngie.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diaz, J. (2020). ESTUDIO DEL PERIODISMO DIGITAL COMO OPCIÓN LABORAL PARA LOS EGRESADOS DE LA ESPECIALIDAD DE PERIODISMO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN, AREQUIPA 2019. (Para optar el grado académico de Doctor en Comunicación y Desarrollo). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
- Diccionario Etimológico Castellano en Linea (2021, 3 de octubre) Etimologia de COMPETENCIA. http://etimologias.dechile.net/?competencia
- Fernández, I. (2018). Periodismo digital : Análisis de la nueva forma de adaptarse al mercado en los medios de espectáculos. [Tésis de licenciatura, Universidad Peruana de cieancias aplicadas]. http://hdl.handle.net/10757/625057
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. Propósitos y Representaciones, 7(1), 201-229. http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267
- Galiana, P. (2019) Los elementos clave en la Narrativa Transmedia. Akademus. https://www.akademus.es/blog/emprendedores/los-elementos-clave-en-la-narrativa-transmedia/

- Gallego, S. (2016) Redes sociales digitales: Información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (200-2010). [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid] https://eprints.ucm.es/id/eprint/44233/1/T39077.pdf
- Gallardo, E. (2017) Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_ EG MAI UC0584 2018.pdf
- Giraldo-Luque, S. et al. (2020) Competencias transmedia en estudiantes de Periodismo: producción y edición de contenidos informativos multimedia. Icono 14, 18 (1), 84-110. doi: 10.7195/ri14. v18i1.1445
- González Díaz, E., & Alfaro Castillo, M. (2015). Competencias profesionales y la empleabilidad, para egresados y titulados de la carrera de auditoría. *CAPIC REVIEW*, 13, 126–134. https://doi.org/10.35928/cr.vol13.2015.50
- Hernández-Sampieri, R., Mendoza, C. (2018)Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.de C.V.
- Hernández, E. (2016) 10 Paradigmas de la E-Comunicación [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=tl5iMWEPsmU&t=1s
- Jhon Ryan, K., Brady, J., Cooke, R., Height, D., Jonsen, A., King, P., Lebacqz, K., & Turtle, R. (2018). Informe Belmont. Principios éticos y directrices para la protección de sujetos humanos de investigacion. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 689. https://medicina.unmsm.edu.pe/etica/images/Postgrado/Instituto_Etica/Belmont_report.pdf
- Jiménez Salgado, E. J., Villanueva Castellón, G. A., & Alberto, V. Z. F. (2018). *Medios periodísticos digitales en cartagena de indias*. Universidad de Cartagena.
- Larrondo, A. (2016) El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica. Tripodos, 38, 31-47
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A., & Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 53, 81–90.
- Marta-Lazo, C., Rodríguez, J., & Peñalva, S. (2020). Digital journalism competences. Systematic review of the scientific literature on new professional profiles of the

- journalist. *Revista Latina de Comunicacion Social, 2020*(75), 53–68. https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1416
- Marta-Lazo, C., Aldea, P., & Curiel, E. (2018). Professional skills and profiles in journalism demanded by companies: Analysis of offers at linkedin and infojobs. *Communication and Society*, *31*(4), 89-103. https://doi.org/10.15581/003.31.4.211-228
- Ortiz, M. & Vicedo, A. & González, S. (2015) Las múltiples definiciones del término «competencia» y la aplicabilidad de su enfoque en ciencias médicas. Scielo, 7 (3), 3-4. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742015000300002
- Ozorio, M. (2018) Análisis del periodismo en múltiples soportes, dispositivos y plataformas. Narrativa Transmedia, sinergias y convergencia entre formatos. (Tesis doctoral) Universidad Complutense de Madrid.
- Pérez, J. (2016). *Creando universos : La narrativa transmedia*. http://www.recercat.cat/handle/2072/257748%5Cnhttp://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/45691
- Prado, E. Prado, E. & Gonzázlez, M. & Jimenez, B. (2020) Las competencias profesionales y sus tendencias fundamentales. Vol. 2(1), 44-55
- Ramirez-Díaz, J. (2020) El enfoque por competencias y su relevancia en la actualidad: Consideraciones desde la orientación ocupacional en contextos educativos. Revista Electrónica Educare, 24(2), 4-14.
- RENACYT(2021) Reglamento de Calificación, Clasificación y Registro de los investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica Reglamento RENACYT: Plataforma digital única del Estado Peruano. https://www.gob.pe/institucion/concytec/informes-publicaciones/2131042-reglamento-de-calificacion-clasificacion-y-registro-de-los-investigadores-delsistema-nacional-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion-tecnologica-reglamento-renacyt
- Renó, D., & Flores, J. (2018) Periodismo Transmedia. Ria Editorial. https://adobeindd.com/view/publications/5dabf7da-b24e-48cf-b56f-cc7378b4b701/05tp/publication-web-resources/pdf/Periodismo Transmedia.pdf
- RESOLUCIÓN DE DIRECTORIO N° 129-2019/PD/USS (6 de noviembre de2019). CODIGO DE ETICA DE INVESTIGACIÓN DE LA USS. Universidad Señor de Sipán.

- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.Info*, 44, 225–239. https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418
- Rodrigo, M,& Estarada, A. (2017)Teorías de la comunicación. Oberta UOC Publishing, SL. http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_0 0245228/PID 00245228.html
- Romero, M. & Estrada, J. (2016) Las comptencias emprendedoras del periodismo digital. Correspondencia y Analsisis,6, 85- 100. file:///C:/Users/CESAR/Desktop/Nueva%20Bibliograf%C3%ADa/Dialnet-LasCompetenciasEmprendedorasDelPeriodistaDigital-6068709.pdf
- Romero, M. & Estrada, J. (2020) El periodista emprendedor: asumiendo retos en la nueva normalidad. Cultura, 34, 89-103.
- Sanguña, J., & Cruz, P. (2020). Monográfico Transmediación en el periodismo. *URU, Revista de Comunicación y Cultura*, 1(3), 120–133.
- Santillán, J. (2019). El perfil del periodista en la era digital: Una aproximación académica para comprender sus desafíos y oportunidades. *Cultura*, *33*(6), 87–118. https://doi.org/10.24265/cultura.2019.v33.06
- Scolari, C. (2016). Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona (España): Gedisa Editorial.
- Zambrano, R., García, D., Barrios A. (2018) El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. Estud. mensaje period. 25(1) 587-607. file:///C:/Users/CESAR/Desktop/Nueva%20Bibliograf%C3%ADa/2.pdf

ANEXOS:



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES RESOLUCIÓN Nº 0719-2022/FDH-USS

Pimentel, 20 de julio del 2022

VISTO:

El oficio N° 0117-2022/FH-DCC-USS de fecha 14 de julio del 2022, remitido por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, a fin de que se emita la resolución de cambio del título de investigación (tesis), presentado por el (los) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL: y:

CONSIDERANDO

Que, la Constitución Política del Perú en su Artículo 18" establece que: "La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica (...)".

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico". La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Que, acorde con lo establecido en la Ley Universitaria Nº30220; indica:

 - Artículo Nº 6º: Fines de la Universidad, Inciso 6.5) "Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística la creación intelectual y artística".

Según lo establecido en el Artículo 45° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "Obtención de Grados y Títulos; Para la obtención de grados y títulos se realiza de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas.

Que, el Reglamento de Investigación de la USS Versión 8, aprobado con Resolución de Directorio Nº015-2022/PD-USS, señala:

 Artículo 72°: Aprobación del tema de investigación: El Comité de Investigación de la escuela profesional eleva los temas del proyecto de investigación y del trabajo de investigación que esté acorde a las líneas de investigación institucional a Facultad para la emisión de la resolución.

Que, Reglamento de Grados y Títulos Versión 07 aprobado con resolución de directorio Nº 086-2020/PD-USS, señala:

- Artículo 21°: "Los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad o Escuela de Posgrado, según corresponda, para la emisión de la resolución respectiva. El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación (...)"
- Artículo 24°: "La tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito de la escuela académico profesional (...)".
- Artículo 25°: "El tema debe responder a alguna de las líneas de investigación institucionales de la USS S.A.C".

Que, mediante Resolución № 0804-2021/FDH-USS de fecha 22 de julio del 2021, se resuelve aprobar el tema de investigación (tesis) denomínado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA EN TIEMPOS DE PANDEMIA, LAMBAYEQUE 2021", presentado por la estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL.

Que, mediante el oficio N° 0114-2022/FH-DCC-USS de fecha 14 de julio del 2022, remitido por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, quien eleva la solicitud presentada por la (el) estudiantes SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL, en donde solicita el cambio del tema de investigación (tesis) denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA EN TIEMPOS DE PANDEMIA, LAMBAYEQUE 2021", por el denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021".



RESOLUCIÓN Nº 0719-2022/FDH-USS

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: AUTORIZAR y APROBAR el cambio del tema de investigación Tesis del denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA EN TIEMPOS DE PANDEMIA, LAMBAYEQUE 2021", por el denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021" presentado por el (los) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL.

ARTÍCULO SEGUNDO: DEJAR SIN EFECTO la Resolución Nº 0804-2021/FDH-USS de fecha 22 de julio del 2021, en el extremo que corresponde el estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL.

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que las áreas competentes tomen conocimiento de la presente resolución con la finalidad de dar las facilidades para la ejecución de la presente Investigación

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y ARCHÍVESE

Dra. Dioses Lescano Neily
Decana de la Facultad de Derecho y Humanidades

Mg. Delgado Vega Paula Elena Secretaria Académica Facultad de Derecho y Humanidades



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES RESOLUCIÓN Nº 0720-2022/FDH-USS

Pimentel, 20 de julio del 2022

VISTO:

El oficio N° 0117-2022/FH-DCC-USS de fecha 14 de julio del 2022, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, eleva el informe del (la) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL; solicita el cambio de título de tesis en la resolución de designación de asesor del Provecto de Investigación (tesis): y:

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú en su Artículo 18" establece que: "La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica. El Estado garantiza la libertad de cátedra y rechaza la intolerancia", "Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobiemo, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios Estatutos en el marco de la Constitución y de las Leyes".

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico". La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Que, el Artículo 6 (6.5) de la Ley Universitaria, Ley N° 30220 Fines de la universidad que señala: "Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística la creación intelectual y artística".

Que, de acuerdo al Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán S.A.C. Versión 8, aprobado con Resolución de Directorio N°015-2022/PD-USS, que indica:

 - Artículo Nº 67: "El asesor del proyecto de investigación y del trabajo de investigación es designado mediante resolución de Facultad".

Que con Resolución N°0805-2021/FDH-USS de fecha 22 de julio del 2021, se resuelve designar como ASESOR a la MG. CABREJOS PITA ZOILA NELLY para la investigación de tesis denominada: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA EN TIEMPOS DE PANDEMIA, LAMBAYEQUE 2021" a cargo del estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL.

Que, visto el oficio Nº 0117-2022/FH-DCC-USS de fecha 14 de julio del 2022, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, quien eleva la solicitud presentada por el (los) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL, en donde solicita el cambio del tema de investigación (tesis) en la resolución de designación de asesor para la investigación denominada: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA EN TIEMPOS DE PANDEMIA, LAMBAYEQUE 2021", por el denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021".

Estando a lo expuesto, en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos -vigentes;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR el cambio del tema de investigación Tesis del denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA EN TIEMPOS DE PANDEMIA, LAMBAYEQUE 2021", por el denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021" presentado por el (los) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL conservando el mismo asesor tal como se detalla.



RESOLUCIÓN Nº 0720-2022/FDH-USS

ARTÍCULO SEGUNDO: DESIGNAR como ASESOR de Proyecto de Investigación (tesis) a la docente la MG. CABREJOS PITA ZOILA NELLY del trabajo siguiente:

I	N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TEMA
	1	SANCHEZ CELIZTESAR PAUL	"NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021"

ARTÍCULO TERCERO: DEJAR SIN EFECTO la Resolución N°0805-2021/FDH-USS de fecha 22 de julio del 2021, en el extremo que corresponde a la estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL.

ARTÍCULO CUARTO: DISPONER que las áreas competentes tomen conocimiento de la presente resolución con la finalidad de dar las facilidades para la ejecución de la presente Investigación

REGISTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Dra. Dioses Lescano Nelly
Decana de la Facultad de Derecho y Humanidades

Mg. Delgado Vega Paula Elena Secretaria Académica Facultad de Derecho y Humanidades



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES RESOLUCIÓN Nº 0721-2022/FDH-USS

Pimentel. 20 de julio del 2022

VISTO:

El oficio N° 0117-2022/FH-DCC-USS de fecha 14 de julio del 2022, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, eleva el informe del (las) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL a fin de que se emita la resolución de jurado evaluador para Investigación (tesis), denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021"; y:

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú en su Artículo 18" establece que: "La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica. El Estado garantiza la libertad de cátedra y rechaza la intolerancia", "Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobiemo, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios Estatutos en el marco de la Constitución y de las Leyes".

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regimenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico". La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Según lo establecido en el Artículo 45° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "Obtención de Grados y Títulos; Para la obtención de grados y títulos se realiza de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: Inciso 45.1 "Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa".

Que, Reglamento de Grados y Títulos Versión 07 aprobado con resolución de directorio Nº 086-2020/PD-USS, señala:

- Artículo 28°: "El jurado evaluador será designado mediante resolución emitida por la facultad o por la Escuela de Posgrado, el mismo que estará conformado por tres docentes, quienes cumplirán las funciones de presidente, secretario y vocal (...)".
- Artículo 29°: Son funciones del jurado evaluador: Inciso a) Emitir las observaciones en un plazo de máximo de siete días hábiles, contabilizados a partir del día siguiente de la recepción del informe. Inciso b) Verificar el levantamiento de las observaciones realizadas a través de su dictamen de expedito para sustentación, informando a la Dirección de Escuela de la sede. Inciso c) Asistir al acto de sustentación en la fecha, hora y lugar programados. Inciso d) Evaluar la sustentación y defensa de la investigación, y el secretario emite el acta de sustentación.
- Artículo 30°: "Para la sustentación, se otorgará el plazo de seis (6) meses calendarios contados a partir del día hábil siguiente en que se obtuvo el dictamen de expedito para la sustentación (...)".
- Articulo 31°: "Se deberá presentar al Director de Escuela de la Sede, al Coordinador de Escuela Profesional de Filial o al
 Director de la Escuela de Posgrado, según corresponda, tres (3) anillados del trabajo de investigación o de la tesis, con una
 antelación de 10 días hábiles al acto de sustentación programado, a fin de que estos sean remitidos al jurado evaluador
 (presidente, secretario y vocal)".
- Artículo 32°: "Cuando la sustentación obtenga la calificación de Deficiente (desaprobado), podrá requerir nueva fecha de sustentación, después de haber transcurrido un plazo de 30 días calendarios contados a partir de la fecha en que desaprobó".
- Artículo 33°: "Si el egresado desaprobado no solicita nueva fecha de sustentación, el plazo para sustentar la misma tesis vence a los seis meses, contando dicho plazo desde la fecha que sustentó por primera vez. Vencido el plazo, se debe presentar nuevo tema de investigación y realizar los trámites correspondientes. La decisión del jurado evaluador es inimpugnable".
- Artículo 40°: Si el(los) autor(es) de la investigación no logra(n) el nivel de preparación hasta en una tercera sustentación, será(n) desaprobado(s). En este caso tiene(n) la posibilidad de reiniciar el trámite, desde la presentación de un nuevo proyecto.



Que, mediante el oficio Nº 0117-2022/FH-DCC-USS de fecha 14 de julio del 2022, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, eleva el informe del (las) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL, a fin de que se emita la resolución de jurado evaluador para Investigación (tesis), denominado: "NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021"; designar a los siguientes docentes: DRA. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD (presidente), MG. CABREJOS PITA ZOILA NELLY (secretario) MG. HERRERA TIMANA BETTY LILIANA (vocal).

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DESIGNAR como JURADO EVALUADOR para la investigación de tesis del (las) estudiante SANCHEZ CELIZ CESAR PAUL a los siguientes docentes:

"NUEVAS	COMPETENCIAS	LABORALES	DEL	PRESIDENTE: DRA. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD
PERIODISTA	FRENTE A LA NAR	RATIVA TRANSM	MEDIA,	SECRETARIO: MG. CABREJOS PITA ZOILA NELLY
LAMBAYEQU	JE 2021"			VOCAL: MG. HERRERA TIMANA BETTY LILIANA

ARTÍCULO SEGUNDO: DEJAR SIN EFECTO toda resolución que se oponga a la presente.

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que las áreas competentes tomen conocimiento de la presente resolución con la finalidad de dar las facilidades para la ejecución de la presente Investigación.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y ARCHÍVESE

Dra. Dioses Lescano Neliy

Decana de la Facultad de Derecho y Humanidades

Secretaria Académica Facultad de Derecho y Humanidades

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021.

AUTOR: César Paul Sánchez Céliz

PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	MARCO	HIPÓTESIS	Categoría	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E
			TEÓRICO			4		INSTRUMENTOS
		POR QUÉ	Teorías de la	Investigación	CATEGORIA 1.	*Periodismo		Técnica:
	General:	Porque en la última	comunicación.	de enfoque	Competencias	multiplataforma	Tipo de	Entrevista.
	Determinar cuáles son las	década, con el auge	Competencias	cualitativo.	laborales.	* confluencia de	investigación:	Litti Cvista.
	nuevas	de las Tecnologías de	laborales		idoordioo.	medios.	Aplicada	Instrumento:
	competencias	la Información y	*Definición		SUBCATEGORIAS:	*Géneros		Guía de entrevista.
	del periodista	comunicación y la	* Competencias			periodísticos	Diseño de	
	frente a la	convergencia de	laborales para		-Conocimientos	tradicionales vs	Investigación:	
	narrativa	multiplataformas	un profesional		-Habilidades	Géneros	Teoría	
	transmedia,	infamativas, el	de la		Paipa y Parra (2010)		fundamentada.	
	Lambayeque 2021.	periodista se ha visto	comunicación.		Parlamento	ciberperidisticos		
	2021.	inmerso en la	*Nuevos		Europeo (2007)	*Enfoques de la		
¿Cuál son las	Específicos:	narrativa transmedia	perfiles del		citado por Sierra,	Narrativa		
nuevas competencias	Lopecineos.	para difundir	periodista.		J. et al. (2010)	transmedia		
laborales del	Determinar	contenidos en	Narrativa		A	*Comportamiento		
periodista	cuáles son los	diversos medios y	transmedia.		-Actitudes	del prosumidor		
frente a la	nuevos	diversos formatos.	*Definición		Echevarría (2001)	*Dominio de		
narrativa	conocimientos	PARA QUÉ	*Ventajas			idiomas		
transmedia,	del periodista	Para determinar	*Características.		-Narrativa			
Lambayeque 2021?	frente a la narrativa	cuáles son las nuevas	*Tipología.		transmedia	extranjeros- inglés		
2021:	transmedia,	competencias	*Plataformas de		Pérez (2016)			
	Lambayeque	laborales del	comunicación		1 6162 (2010)			
	2021.	periodista con	transmedia.					
		respecto a la	*Las nuevas					
	Determinar	narrativa transmedia,	audiencias de la					
	cuáles son los	con nuevas exigencias	narrativa			*Periodismo y la		
	nuevos Habilidades	a nivel de	transmedia.			confluencia de		
	del periodista	conocimientos,	*Convergencia			5.5		
	frente a la	habilidades y la ética,	de medios.			medios.		
	narrativa	en la cual los	*Periodismo			*Periodismo		
	transmedia,	consumidores de	Transmedia			multiplataforma.		

Lambayeque	información son cada		Medios	
2021	vez más usuarios		tradicionales vs	
Determinar	activos de las		medios digitales	
cuáles son las	multiplataformas, en		*Comunicación	
nuevas	las cuales interactúan		Bidireccional.	
actitudes del	, 0		*Periodismo	
periodista frente a la	consumidores		Independiente	
narrativa	interactivos		(Para generar un	
transmedia,	(prosumidores) de		•	
Lambayeque	información		espacio y	
2021	4 OUUÉNES		mantenerse en	
	A QUIÉNES		este).	
	BENEFICIA			
	las musfasianalas da			
	Los profesionales de		*Profesionalismo y	
	las ciencias de la		Responsabilidad	
	comunicación especialistas en		social ante crisis	
	especialistas en periodismo		coyunturales.	
	brindándoles		*Actitud frente a las	
	actualizaciones sobre		noticias falsas.	
	como ejercer la		*Ética periodística.	
	profesión ante la		*Emprendedurismo	
	narrativa transmedia		Emprenaedanismo	
	a través de la			
	multiplataforma,			
	tomando en cuenta			
	las aptitudes,			
	actitudes y la ética.			

Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA SOBRE LAS NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA.
Fecha: Hora:
Lugar de reunión:o Plataforma de reunión virtual:
Entrevistador: César Paul Sánchez Céliz.
Entrevistado:
Introducción:
El propósito de la entrevista esa analizar cuáles son las nuevas competencias del periodista frente a la narrativa transmedia en nuestro contexto local, para ello se ha seleccionado a 5 profesionales periodistas con experiencia en periodismo transmedia en la región Lambayeque. Los datos que se obtengan de esta entrevista serán analizados en provecho de cumplir con los objetivos planteados.
Características de la entrevista:
Es confidencial, el entrevistado ha revisado el consentimiento informado y dado su aprobación para brindar la entrevista. La duración de la entrevista será por un periodo aproximado de 60 minutos.

Preguntas:

- 1. ¿Cuáles con los conocimientos que debe priorizar un profesional del periodismo en el contexto multiplataforma?
- 2. ¿Qué géneros periodísticos están siendo más utilizados en el marco de la narrativa transmedia? Y ¿Ha notado algunas fusiones interesantes?
- 3. ¿Qué conocimientos diferencia a un periodista de otros creadores de contenido informativo?
- 4. ¿Cómo asegura el alcance y continuidad de la información?
- 5. Considera que es importante hablar una lengua extrajera para sustentar un trabajo periodístico en el marco de la narrativa transmedia en el contexto local.
- 6. ¿Podría nombrar las habilidades que debe reunir un periodista para adaptarse al periodismo en el contexto multiplataforma?
- 7. ¿Qué destrezas se requieren para diversificar la información en las distintas plataformas?
- 8. ¿Qué habilidades pone en práctica para procurar la inmersión del usuario en el relato periodístico transmedia?
- 9. Después de la pandemia, o la crisis política ¿Qué lecciones no ha dejado el comunicar en tiempos de crisis en el contexto transmedia?
- 10. Ante el incremento de información falsa en multiplataformas ¿Cuál es la actitud que debe tomar un periodista profesional?
- 11. ¿Qué actitudes debe reunir un periodista si quiere emprender en el marco de la narrativa transmedia periodística en el contexto local?





FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CONSENTIMIENTO INFORMADO

PRIMERA PARTE:

I. INFORMACIÓN

El presente formulario de CONSENTIMIENTO INFORMADO, está dirigido a las personas mayores de edad, profesionales de la especialidad de periodismo, quienes serán invitadas a participar en la investigación NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021, que se realizará como parte de la formación profesional de un estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Derecho y Humanidades, de la Universidad Señor de Sipán, de Chiclayo.

La investigación es conducida por el docente de la asignatura de Investigación II, Mg. Fautino Pisfil Llontop, y asesorada por la Mg. Zoila Cabrejos Pita. Tiene el propósito de complementar la formación profesional del estudiante del X ciclo de Ciencias de la Comunicación, César Paul Sánchez Céliz, a través de entrevistas semiestructuradas a profesionales periodistas con experiencia en multiplataformas haciendo periodismo transmedia.

Autonomía y voluntariedad. Usted es una persona autónoma. Por lo tanto, usted decidirá participar o no en la presente investigación. Si usted acepta participar se le pedirá que responda 11 preguntas en una entrevista que durará aproximadamente 60 minutos. La entrevista, de ser presencial, será grabada utilizando un equipo de audio, de ser una entrevista virtual será grabada usando las herramientas de la plataforma por la que se esté llevando a cabo la reunión, en dicho documento audiovisual no mostraremos su rostro. (La prioridad es tener un registro de audio para su posterior análisis)

La grabación realizada, será para después poder transcribir la entrevista. Una vez transcrita, la grabación será destruida.

La entrevista será de tipo semiestructurada con opción a formular interrogantes que surjan espontáneamente, consistirá en preguntas sobre su experiencia profesional haciendo periodismo transmedia a través de la multiplataforma, centrándose específicamente en que nuevas competencias laborales exige el periodismo transmedia en cuanto a conocimiento, habilidades y actitudes.



Así como usted decide participar en la investigación, también decidirá participar hasta que concluya la entrevista, o decidirá retirarse cuando lo quiera, sin ningún daño o perjuicio para su bienestar.

Los fines de la investigación son estrictamente académicos. La información que usted nos proporcione, solo será empleada para el cumplimiento de los objetivos de la investigación; dichos objetivos, tienen el propósito de contribuir a la elaboración de una tesis para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

Justicia. Su participación en la presente investigación, no significará ningún riesgo para usted, ni le ocasionará daño alguno. Asimismo, tampoco le proporcionará beneficios directos. Solo, que usted, ha participado y contribuido voluntariamente a la formación profesional del estudiante responsable de la investigación, de la Universidad Señor de Sipán.

II. COMPRENSIÓN

Por favor, deseo que me diga si ha entendido lo que hemos conversado hasta este momento. Dígame qué dudas tiene o qué no ha entendido bien. Volveré a explicárselo. Es necesario que haya entendido, porque solo si ha entendido, tiene sentido su participación en la investigación.

En cualquier momento de la investigación, usted puede realizar las preguntas que desea, por ello, le proporcionaremos un número telefónico, al cual usted llamará con ese fin. El número de teléfono es el siguiente: 976847927

¿Ha entendido? ¿Todo está claro? ¿Tiene alguna pregunta?

III. VOLUNTARIEDAD

Su participación en la investigación es voluntaria. Por lo mismo, puede retirarse cuando usted lo decida.

Confidencialidad. Usted participará como un profesional especialista en el tema por lo que sería de justicia tener en cuenta su nombre. De no desearlo, no lo utilizaré, y usted decidirá qué seudónimo desea utilizar, y solo yo, el estudiante responsable de la investigación, conoceré su nombre.

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

I. Yo, <u>Vladimir Yllitch Villón Andía</u> he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL

PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Vladi

Mi firma:

Fecha: 18 de noviembre del 2021

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

Yo, <u>Cristina Ivon Caipo Santa Cruz</u> he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL

PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Cristina Caipo Santa Cruz

Mi firma:

Fecha:

19 de noviembre del 202

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

Yo, <u>Ángel Alberto Vallejos Pasco</u> he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL

PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Angel Vallejos

Mi firma:

Fecha:

20 de noviembre del 202

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

Yo, Manuel Castañeda Aurazo he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL

PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEOUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Manuel Castañeda Aurazo.

Mi firma:

Fecha:

21 de noviembre del 202

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

I. Yo, <u>Percy Ronald Ventura Suclupe</u> he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL

PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

P. Ventura

Mi firma:

Fecha: 22 de noviembre del 2021

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

I. Yo, Karina Pamela Cuyate Atencio he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL

PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Karina Cuyate

Mi firma:

Fecha: 23 de noviembre del 2021

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

Yo, <u>Javier Antonio Onofre Bances</u> he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL

PERIODISTA FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Javier Onofre

Mi firma:

Fecha: 24 de noviembre del 2021

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

I. Yo, <u>Yris Kathya Pozo Fernández</u> he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA

FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Yris Pozo

Mi firma:

Fecha: 25 de noviembre del 2021

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

I. Yo, <u>Víctor Larcery Díaz Suárez</u> he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA

FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEQUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Larcery

Mi firma:

Fecha:

25 de noviembre del 2021

SEGUNDA PARTE: FORMULARIO DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO.

I. Yo, Solange Vásquez Chiclayo he aceptado voluntariamente la invitación de participar en la investigación titulada NUEVAS COMPETENCIAS LABORALES DEL PERIODISTA

FRENTE A LA NARRATIVA TRANSMEDIA, LAMBAYEOUE 2021.

Se me ha informado claramente sobre el responsable de la investigación, y a qué institución

pertenece. Asimismo, se me ha explicado sobre el propósito de la investigación, y que responderé

a una entrevista de aproximadamente 60 minutos, sobre mi experiencia profesional.

También sé que la información que proporcionaré es confidencial, y solo será utilizada para los

fines de la investigación. La entrevista será grabada, y luego de ser transcrita, será destruida.

Se me ha informado de los riesgos y beneficios. Tengo conocimiento, que mi participación es

voluntaria y confidencial (si así lo deseo); y de no querer que se me identifique con mi nombre

solo me identificaré con un seudónimo que he elegido según mi voluntad y decisión.

La persona que me ha leído el presente documento que se llama CONSENTIMIENTO

INFORMADO, me ha dicho que en cualquier momento puedo retirarme de la investigación,

incluso, durante la entrevista. Me ha proporcionado un número de teléfono, al cual llamaré ante

cualquier duda.

Asimismo, me han dicho, que me darán una copia del presente documento. Y como prueba que

entendí lo que me han leído y explicado, firmo el presente documento.

Mi seudónimo:

Solange Vásquez

Mi firma:

Fecha:

28 de noviembre del 2021

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

GUIA DE ENTREVISTA

AUTOR

César Paul Sánchez Céliz

ASESOR METODOLÓGICO

Mg. Zoila Nelly Cabrejos Pita

DOCENTE DEL CURSO

Mg. Faustino Pisfil Llontop

Solicitud

Estimada señora Mg. Betty Liliana Herrera Timaná.

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: Guía de entrevista que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021."

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,

Firma del tesista

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Betty Liliana Herrera Timaná

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Lic. En Periodismo

Grado: Magister Mención: Docencia y Gestión Universitaria

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Otros estudios: Doctorado en comunicación social (en estudios)

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES		CATEGORÍA			١
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico					X
de forma (visión general)					
Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					X
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					X
Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					X
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					X
 Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido 					X
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					Х
 Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión) 					X
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					Χ
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					Χ
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					Χ
 Grado de relevancia del instrumento (visión general) 					Χ
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					Χ
Puntaje parcial					75
Puntaje total	75				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [75/75] x 100=100

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta			
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%			
El instrumento de ir	vestigación es	stá observado	El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación				
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez							

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): El instrumento de investigación alcanzó el nivel de "Muy Alta" en la escala de la validación por lo que está apto para su aplicación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Mg. Betty Liliana Herrera Timaná identificada con DNI. Nº 16631833 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el tesista: César Paul Sánchez Céliz, en la investigación denominada: "Las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021".

Firma del experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

GUIA DE ENTREVISTA

AUTOR

César Paul Sánchez Céliz

ASESOR METODOLÓGICO

Mg. Zoila Nelly Cabrejos Pita

DOCENTE DEL CURSO

Mg. Faustino Pisfil Llontop

Solicitud

Estimada señora: Dra. Karinn Jacquelin Chávez Díaz

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo,

el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: Guía de

entrevista que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada

"Nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque

2021."

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales

aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de

investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,

Firma del tesista

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Dra. Karinn Jacquelin Chávez Díaz

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Lic. CC.CC.

Grado: Doctora. Mención: Comunicación Social

Institución donde lo obtuvo: Universidad César Vallejo

Otros estudios: Mg. Relaciones públicas y Marketing Digital; Diplomado en docencia universitaria, e investigación; especialista en fotografía para redes sociales, y en periodismo digital; conocimientos de Inglés Japones y francés.

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES		CATEGORÍA					
	1	2	3	4	5		
Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico					X		
de forma (visión general)							
Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					X		
 El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general) 					X		
 Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión) 					X		
 Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia) 					X		
 Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia) 					X		
 Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido 					X		
Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X		
 Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden) 					X		
 Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión) 					X		
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					X		
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					X		
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X		
 Grado de relevancia del instrumento (visión general) 					X		
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X		
Puntaje parcial					75		
Puntaje total 75							

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [75/75] x 100= 100

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta		
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%		
El instrumento de ir	nvestigación es	stá observado	El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación		
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez						

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): Se evidencia buen juicio en la elaboración del instrumento de investigación, felicito al alumno por plantear preguntas precisas que le ayudarán con el proceso de recolección de datos eficientemente. Por lo tanto, califico la presente guía de entrevista con el nivel de "Muy Alta" en la escala de la validación considerándolo listo para su aplicación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Dra. Karinn Jacquelin Chávez Díaz identificada con DNI. Nº 41591066 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el tesista: César Paul Sánchez Céliz, en la investigación denominada: "Las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021".

Firma del experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

GUIA DE ENTREVISTA

AUTOR

César Paul Sánchez Céliz

ASESOR METODOLÓGICO

Mg. Zoila Nelly Cabrejos Pita

DOCENTE DEL CURSO

Mg. Faustino Pisfil Llontop

Solicitud

Estimada señora: Mg. Karl Mena Farfán

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: Guía de entrevista que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque

2021."

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,

Firma del tesista

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombi	~eyA	∖pell	idos:
-------	------	-------	-------

Centro laboral:

Título profesional:

Grado:

Institución donde lo obtuvo:

Otros estudios.

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

	INDICADORES					1
		1	2	3	4	5
1.	Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					Х
2.	Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					Χ
3.	El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					Х
4.	Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					Х
5.	Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					Х
6.	Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					Х
7.	Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					Х
8.	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					Х
9.	Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					Х
10.	Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)					Х
11.	Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					Χ
12.	Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					Χ
13.	Grado de objetividad del instrumento (visión general)					Х
14.	Grado de relevancia del instrumento (visión general)					Х
15.	Estructura técnica básica del instrumento (organización)					Х
Puntaje	e parcial					75
Puntaje				75		

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [75/75] x 100= 100

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta			
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%			
El instrumento de ir	nvestigación es	stá observado	El instrumento de investigación requiere reajustes para su	El instrumento de investigación está apto para su aplicación			
aplicación Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez							

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): La elaboración del instrumento corresponde a las categorías de la investigación, las preguntas planteadas son claras y pertinentes para la recolección de datos y el cumplimiento de los objetivos planteados. Por lo tanto, califico el presente instrumento de investigación en la categoría del nivel de "Muy Alta" en la escala de la validación y lo considero apto para su aplicación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Mg. Karl Vladimir Mena Farfán, identificado con DNI. N°16727481 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el tesista: César Paul Sánchez Céliz, en la investigación denominada: "Las nuevas competencias laborales del periodista frente a la narrativa transmedia, Lambayeque 2021".

Firma del experto

July 1