



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

Convergencia mediática en medios regionales: el caso de LU19



Tesis para cubrir parcialmente los requisitos necesarios para obtener el grado de la LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Presenta: Leandro Carvajal

Dirección: Fabián Bergero

2020

Agradecimientos

A Alejandra y Eugenia, pilares de mi vida.

A Julieta, compañera y motivadora constante.

A Cristina, quien siempre confió en mí.

A Fabián, el referente que la carrera me dio.

Índice

1. Introducción	4
2. Problematización	5
3. Objetivos generales	5
4. Objetivos específicos	5
5. Preguntas de investigación	5
6. Metodología	6
7. Variables de investigación	7
8. Un recorrido por “La Voz del Comahue”	8
9. Estado del Arte	16
10. Marco teórico	27
10.1. Convergencia Mediática	28
10.2. Multimedialidad	30
10.3. Hipertextualidad	32
10.4. Interactividad	33
10.5. Redes sociales	35
10.6. Narrativas transmedia	38
11. Desarrollo del Análisis de Corpus	41
11.1. Análisis del lunes 17/06	45
11.2. Consideraciones de lunes 17/06	56
11.3. Análisis del martes 18/06	57
11.4. Consideraciones del martes 18/06	68
11.5. Análisis del miércoles 19/06	69
11.6. Consideraciones del miércoles 19/06	81
11.7. Análisis del jueves 20/06	82
11.8. Consideraciones del jueves 20/06	100
11.9. Análisis del viernes 21/06	102
11.10. Consideraciones del viernes 21/06	111
11.11. Análisis del lunes 24/06	114
11.12. Consideraciones del lunes 24/06	134
12. Conclusiones generales	135
13. Aportes para pensar en posibilidades de expansión	138
14. Bibliografía	141

Introducción:

El crecimiento irrefrenable de Internet y sus amplias posibilidades comunicativas trajo consigo cambios en la producción periodística y en la recepción de información por parte del público. El desarrollo de las tecnologías digitales impactó en el campo de la comunicación de manera global. Gracias a la hiperconexión, los contenidos llegan a las audiencias a través de diferentes soportes y plataformas, en cualquier momento y desde cualquier lugar, al mismo tiempo que se forman comunidades donde los usuarios interactúan entre sí a través de la web.

La conectividad crece en diferentes resquicios de la vida cotidiana de las personas; aparecen “burbujas de tiempo” en momentos productivos, de espera, o de desplazamientos, sobre todo con el protagonismo que van adquiriendo los nuevos medios y dispositivos móviles (Igarza; 2009), y de manera más acentuada en contextos de urbanización. La hiperconectividad facilita estar todo el tiempo en contacto con redes, medios, plataformas de interacción, como actividad permanente. “A medida que el tiempo de placer, de descanso y de ocio se fue convirtiendo en un tiempo de consumo, las diferencias entre el tiempo para producir y el resto del tiempo de vida fueron menguando (Igarza: p. 37).

Este devenir de cambios culturales al que Igarza llamó “Sociedad del Ocio Intersticial”, nos llevó a preguntarnos de qué manera un medio de comunicación analógico de alcance regional como la radio LU19 busca adaptarse a un nuevo contexto donde el consumo de información por parte de las audiencias ya no se basa exclusivamente en escuchar un programa de radio, ver el informativo de la televisión, o esperar el diario impreso del día siguiente para enterarse sobre lo que sucede en el día a día. “Para construir un producto digital, el proceso de producción también debe digitalizarse”, sostiene Scolari (2008:81), y es que la digitalización de la información cambió por completo la ecología de medios, al verse obligados a adaptarse al nuevo escenario de consumo digital y los cambios en los hábitos de las masas.

Este trabajo busca indagar de qué manera LU19 amplía los alcances de su frecuencia AM y FM a través de la utilización de diversas plataformas digitales: sitio de noticias web, y sus redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. Nuestra intención además es realizar un aporte al análisis de medios de comunicación de la zona Alto Valle y sus estrategias de producción periodística condicionadas por el advenimiento de la web 2.0 y sus herramientas.

El análisis descriptivo nos llevará a visualizar de qué manera la radio como medio clásico converge en la web con otros medios y lenguajes, incorpora herramientas novedosas, que le permiten tener una nueva relación con su público a través de la interactividad, la

multimedialidad y la hipertextualidad. De esta manera, presenciaremos de qué forma las rutinas de producción informativa de LU19 se ven condicionadas.

Problematización:

En la investigación se hará enfoque sobre cómo un medio radial histórico de la región del Alto Valle de Río Negro realiza sus producciones periodísticas en un contexto de convergencia mediática en la actual era digital.

Objetivo general:

El objetivo de la presente investigación es describir cómo un mismo contenido generado en el programa “La Vuelta a Casa” de la radio AM LU19 de la ciudad de Cipolletti circula por las distintas plataformas digitales de la radio, en la semana que va del lunes 17 al lunes 24 de junio del 2019.

Objetivos específicos:

- Determinar en qué casos se da un volcado, adaptación o expansión de la narrativa periodística.
- Verificar cómo se produce el aprovechamiento de los recursos multimediales.
- Verificar como es el aprovechamiento de los recursos hipertextuales.
- Describir las estrategias de convergencia mediática planteadas desde la radio a partir del uso de cada una de sus plataformas.

Preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son las estrategias de convergencia mediática planteadas por LU 19 a partir del uso de cada una de sus plataformas?
- ¿Hay volcado, adaptación o expansión de la información?
- ¿Cómo se integran y complementan las diversas plataformas?

Metodología de investigación:

Para desarrollar la investigación recolectamos las entrevistas realizadas dentro del programa “La Vuelta a Casa” de LU19, desde el día 17 al día 24 de junio de 2019. El mismo se emite de lunes a viernes de 18 a 20 por AM 690. A partir del listado de notas generamos el corpus de contenidos que fueron producidos en la radio y que dieron inicio a la circulación de noticias en las distintas plataformas digitales del medio: la página web¹ y las redes sociales Facebook², Twitter³, Instagram⁴ y Youtube⁵.

El motivo de la selección es que “La Vuelta a Casa” es un programa radial informativo con un fuerte impacto dentro del resto de la programación de la radio que replica sus notas. Se entrevista a personas que son influyentes en lo que sucede en distintos ámbitos dentro de la región y la localidad, se realizan móviles en vivo desde distintos lugares de la región, y se repasan informaciones de la agenda marcada por la emisora durante toda la jornada. Tomando en cuenta esta serie de elementos, se tuvo en consideración cómo una misma historia que nace en esa producción radial es contada de distintas formas en las plataformas digitales. En un estudio exploratorio previo, observamos que las entrevistas realizadas en ese programa eran los contenidos que daban inicio a la circulación del relato a través de los distintos medios. Por eso decidimos armar nuestro corpus con las entrevistas realizadas.

El recorte temporal fue del lunes 17 de junio al lunes 24 de junio de 2019, con el objetivo de abarcar toda una semana de trabajo periodístico. Los sábados y domingos la programación de la emisora es distinta, por eso es que el 22 y 23 de junio quedaron fuera del análisis. Los sábados se emite el programa “Sábado por Dos”, conducido por Daniel Vico. Ésta audición trata temáticas culturales y musicales y prácticamente no tiene una continuación informativa en la web, al ser un programa de entretenimiento.

El domingo 23 de junio de 2019 se llevaron a cabo las elecciones municipales en 15 ciudades de Río Negro, además de 36 comisiones de fomento. Como sucede en cada fecha de comicios locales, regionales y nacionales, LU19 realizó la cobertura especial del evento tanto en los días previos como en el día posterior. Para nuestro análisis, aprovechamos el amplio caudal de

¹ <http://lu19.com.ar/>

² <https://www.facebook.com/lu19am690>

³ <https://twitter.com/LU19AM690>

⁴ <https://www.instagram.com/lu19am/>

⁵ <https://www.youtube.com/channel/UC1jKriUIPALoGuswFYJXCA>

información que brindaron los comicios y fueron tratados en las diferentes plataformas del medio. Ésta fue otra de las razones que motivó a abordar esta semana en particular.

Variables de investigación

Las entrevistas y móviles que se realizaron durante cada edición del programa, fueron utilizadas cada vez como puntapié para posteriormente redactar artículos web, o publicar en las redes sociales menciones sobre los temas que se iban tratando al aire. En otras palabras, los diálogos los fuimos enumerando en detalle durante el desarrollo del trabajo con el objetivo de tomarlos como inicio de la circulación del relato periodístico multiplataforma.

Realizamos un exhaustivo conteo de las entrevistas efectuadas en el programa dentro de los horarios ya mencionados. A partir de esta base, formamos un listado de los contenidos que cumplieron con el siguiente orden de circulación:

- 1) Entrevista en radio
- 2) Redacción de artículo en la página web en lu19.com.ar con los datos recabados en la entrevista.
- 3) Ampliación, volcado o adaptación informativa, multimedial o hipertextual a través de al menos uno de los perfiles de redes sociales de la empresa: Facebook, Twitter, Instagram o Youtube.

Para describir el carácter multimedial que los perfiles digitales tuvieron al momento de ampliar los relatos periodísticos, identificamos qué recursos multimedia se incorporaron para lograr tal fin: fotografías, audios, o videos. Se tuvo en cuenta de qué forma estos elementos fueron utilizados en el tratamiento de la información para el complemento del desarrollo periodístico, por lo que la modalidad de la investigación no sólo fue de carácter cuantitativo, sino también cualitativo.

Por otra parte, prestamos atención a la hipertextualidad llevada a cabo en el sitio de noticias y redes sociales; de qué manera existieron los enlaces internos y externos durante la semana analizada, qué posibilidades de hilo conductor narrativo se construyó con el uso de hashtags, y qué profundización en la información se hizo o no con más informaciones ofrecidas por las plataformas digitales por fuera de la producción radial.

Para lograr un análisis más detallado, contabilizamos qué cantidad de entrevistas se realizaron durante la franja horaria seleccionada, cuántas tuvieron aparición en cada plataforma digital, así como también se tuvo en cuenta el área de cobertura de los contenidos generados (locales,

regionales, nacionales) y los ejes temáticos dentro de clasificaciones periodísticas (Política, Sociedad, Policiales, Cultura, Interés General, y Economía).

Sobre las conclusiones del análisis del corpus, mencionaremos qué cantidad de entrevistas fueron luego desarrolladas en formato artículo web, y cuántas recorrieron las distintas redes sociales.

Un recorrido por “La Voz del Comahue”

LU19 fue fundada el 12 de octubre de 1963 en la ciudad de Cipolletti, provincia de Río Negro, y comenzó a transmitir hasta la actualidad a través de la frecuencia AM 690. La empresa también tiene a cargo FM Comahue, a través del dial 102.9.

Según la versión digital del Río Negro⁶, el estudio radial estaba en un principio ubicado en un edificio en cercanías de la rotonda que une las rutas 22 y 151.



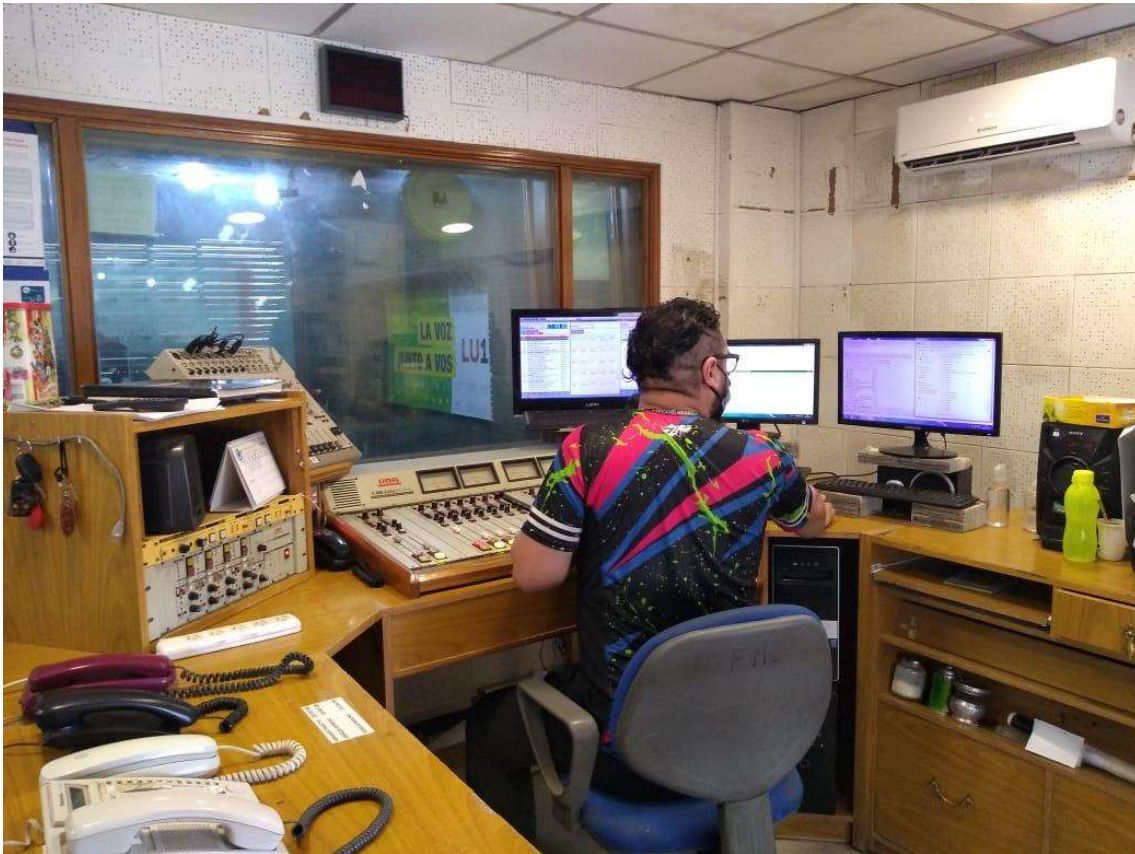
Foto de archivo gentileza de LM Cipolletti: El antiguo estudio ubicado en la rotonda de Ruta 22 y 151⁷

Después de varios años pasó a instalarse en el primer piso de Irigoyen e Italia, hasta que el 22 de diciembre de 1997 pudo inaugurar su propio espacio, ubicado en Roca 365, que es donde se encuentra en la actualidad. El lugar está emplazado en el primer piso, con varios estudios funcionales e incluso con una sala de espectáculos en vivo.

⁶ Fuente: <https://www.rionegro.com.ar/la-radio-cipolena-cumple-anos-y-se-agranda-MRHRN199910151228991015/>

⁷ Fuente: <https://www.lmcipolletti.com/lu19-la-historia-la-voz-del-comahue-n740011>





Fotos del estudio actual y de la sala de operación de la AM

Durante el transcurso de los años el medio se ha establecido como uno de los principales sitios informativos de la región, ya que ofrece una variedad de programas, presencia de móviles en toda la localidad, y coberturas especiales de elecciones municipales, provinciales y nacionales. Por otra parte, acompañó momentos históricos de la ciudad, como el Cipolletazo⁸, hecho ocurrido el 12 de septiembre de 1969. Durante aquella jornada la radio informó minuto a minuto un momento político y social clave: el intento de derrocamiento de Julio Dante Salto, quien fuera intendente de Cipolletti durante la dictadura militar de Juan Carlos Onganía.

El jueves 8 de mayo de 2014, bajo el mandato del por entonces gobernador Alberto Weretilneck, la Legislatura de Río Negro sancionó la expropiación de los equipos de LU19 y su planta transmisora⁹, ubicada en Fernández Oro. Los bienes de la empresa fueron destinados a Radio y Televisión Río Negro Sociedad del Estado, en medio de un clima de tensión y diferentes posturas entre legisladores y funcionarios de distintos partidos.

⁸ Según información que aporta LM Neuquén: <https://www.lmneuquen.com/lu19-celebro-sus-52-anos-vida-junto-sus-fieles-oyentes-n490349>

⁹ La noticia puede revisarse en: https://www.rionegro.com.ar/aprobaron-la-expropiacion-de-lu19-pese-a-irregularidades-LPRN_2098963/

El proyecto de ley había sido presentado por el Poder Ejecutivo, sector que utilizó el concepto de “utilidad pública”¹⁰ como uno de los fundamentos de la expropiación, y el avance del mismo contó con el apoyo de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). Cabe destacar que tanto la frecuencia AM 690 como la FM 102.9 en aquel momento estaban bajo el poder del grupo Cadena Radios del Comahue, en una crítica situación por contar con una programación paralizada desde hacía más de 90 días, a causa de trabajadores que sostenían una medida de fuerza por falta de cobro de haberes¹¹.

AFSCA declaró extinguida la antigua licencia N° 5.439 que poseía la emisora (originada en 1963 y que había vencido a principios de los 2000). Por otro lado, le concedió al Estado Provincial los derechos para controlar y gestionar la radio. Finalmente, el Gobierno de Río Negro expropió así los equipos e inmuebles de LU19 en calle Roca de Cipolletti, y las más de 7 hectáreas de Fernández Oro, donde se ubica la planta transmisora.

Luego de la declaración de LU19 como bien público, se inició un proceso de regularización de pagos a los trabajadores del medio y la vuelta a la programación rotativa de la radio.

El medio tiene un amplio alcance informativo en distintas ciudades de la región. Más allá de que su contenido se centra sobre todo en lo que ocurre en su localidad de origen y ciudades del Alto Valle Oeste cercanas como Fernández Oro, Neuquén, Balsa Las Perlas (reconocida dentro del ejido local), Allen, General Roca, Cinco Saltos, la radio puede sintonizarse a través de la AM

En el último tiempo, LU19 agregó a su labor periodística plataformas digitales buscando ampliar su alcance informativo y adaptarse a los nuevos hábitos de consumo de información que existen en la actualidad. Para el 53º aniversario de la radio, Rodrigo Buteler, presidente de Radio y Televisión de Río Negro, brindó una entrevista a la propia emisora, y se refirió a la suma de plataformas digitales como anexo a lo analógico: “nosotros en LU19 nos adaptamos a las nuevas tecnologías para llegar a la gente con las nuevas plataformas, por eso estamos presentes en Twitter, Instagram, Facebook, con sitios digitales, pero siempre la información y

¹⁰ La Diputada Nacional Ana María arroja la definición: “El concepto de utilidad pública refiere a todo aquello que satisface una necesidad generalmente sentida o la conveniencia del mayor número con la finalidad de maximizar el bienestar general” en https://www.hcdn.gob.ar/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/glosario/D/declara_util_expropiacion.html

¹¹ Fuente: <https://www.lmcipolletti.com/el-estado-provincial-decidio-intervenir-la-radio-lu19-y-avanzara-su-expropiacion-n469587>

el profesionalismo nace de los trabajadores que hacen la radio todos los días, ese es el objetivo”¹²

Al 1 de octubre de 2020, las redes sociales de LU19 tienen la siguiente cantidad de seguidores:

- Facebook: Más de 33.500
- Twitter: Más de 4.500.
- Instagram: Más de 3.500.
- Youtube: 50 suscriptores.

La página www.lu19.com.ar se creó en 2014 y tiene un formato de sitio de noticias, ya que se destaca por contener artículos redactados por el equipo de la radio. Para ingresar a la noticia se debe hacer *click* en el título de la nota o en la imagen en miniatura, cuando aparece el ícono de reproducción en la presentación, significa que además del cuerpo textual se encuentra disponible un audio con la entrevista completa realizada en alguno de los programas radiales de LU19. En este sentido, el medio genera su propia fuente de información, ya que a partir de las entrevistas realizadas en AM se redactan los artículos web para la página.

La web oficial se puede recorrer internamente a través de distintas pestañas. Además de “Portada”, donde se vuelve a la Home de la página, están las opciones “Noticias”, “Servicios” (en el que no encontramos contenido en su interior), “Deporte”, “Cultura”, “Turismo”, y en “Escuchar” se abre un reproductor web que automáticamente empieza a transmitir la radio en vivo.

¹² La entrevista fue desarrollada en un artículo periodístico en la web oficial de la radio, que además contiene el audio completo del diálogo con Buteler: <http://lu19.com.ar/2018/10/12/lu-19-cumple-55-anos-la-seriedad-y-el-profesionalismo-es-importante-en-un-medio-dijo-rodrigo-buteler/>



▲ 16.3 ° Cipolletti



RIO NEGRO
NEUQUÉN
NACIONALES

CATEGORY
NOTICIAS

INTERNACIONALES NACIONALES NEUQUÉN RIO NEGRO



Los destinos del sur de la patagonia, los más elegidos para las vacaciones de invierno

28 de junio de 2019

El Sur del país es el destino soñado por la mayoría de los argentinos (35%) y dentro de la región se destaca la ciudad de...

lu19.com.ar/category/noticias/



Cargando ...



Winamp iTunes Windows Media Player Real Player QuickTime



▲ 16.3 ° Cipolletti



CATEGORY
DEPORTE



Lo que necesitan las chicas argentinas para pasar a 8vos

20 de junio de 2019

Tras el agónico empate 3-3 de la selección argentina femenina, ante Escocia, en el Mundial que se disputa en Francia, las chicas necesitan que se...



Encuentro por el deporte y la salud en Choele Choe

15 de junio de 2019

PORTADA NOTICIAS ESCUCHAR SERVICIOS DEPORTE CULTURA TURISMO Sign In / Join

LU19AM690 ▲ 16.3 ° Cipolletti

f @ t


PORTADA NOTICIAS ESCUCHAR SERVICIOS DEPORTE CULTURA TURISMO

CATEGORY


Cultura

La Filarmónica de Río Negro vuelve a General Roca y Cipolletti en junio
18 de junio de 2019

La Orquesta Filarmónica de Río Negro (OFRN), dirigida por Martín Fraile, volverá a presentarse en General Roca y Cipolletti el 21 y 22 de...



En el Cine Teatro Español se podrá ver la Copa América
13 de junio de 2019



PORTADA NOTICIAS ESCUCHAR SERVICIOS DEPORTE CULTURA TURISMO Sign In / Join

LU19AM690 ▲ 16.3 ° Cipolletti

f @ t

PORTADA NOTICIAS ESCUCHAR SERVICIOS DEPORTE CULTURA TURISMO

CATEGORY

Turismo

Los destinos del sur de la patagonia, los más elegidos para las vacaciones de invierno
28 de junio de 2019

El Sur del país es el destino soñado por la mayoría de los argentinos (38%) y dentro de la región se destaca la ciudad de...



El Laboratorio de Sabores de Río Negro comienza a capacitar en el uso de hongos en comidas



Más cercano en el tiempo, la empresa lanzó una aplicación para celulares con sistema Android e iOS, donde se puede escuchar el vivo la AM con el consumo de wi-fi o datos, un perfil de Facebook, un perfil de Twitter, un perfil de Instagram, y sube a la plataforma RadioCut Argentina (ar.radiocut.fm) algunas de las entrevistas hechas en radio, recortadas y seleccionadas en orden cronológico.

El programa que vamos a analizar para nuestro trabajo, se denomina “La Vuelta a Casa”. Se trata de un informativo que se emite de lunes a viernes de 18 a 20, con la conducción de Mario Favole y Marcela Hernández, Edgardo Budnik en la información deportiva, Paula Leguizamón en producción, y Daniela Luján en redacción del portal web y gestión de redes sociales. Los operadores técnicos fueron rotando entre Mirko y Carlos Aguirre, durante la semana de análisis que tomamos.

El programa desarrolla distintas noticias sobre todo a nivel local y regional, y en menor medida de alcance nacional. Durante las dos horas de emisión, se entrevistan a referentes de temáticas como Política, Interés General, Sociedad, Cultura y Economía, además de contenido Policial. Edgardo Budnik es el encargado de actualizar momento a momento información deportiva de diversas disciplinas y desde lo local a lo internacional. Se leen mensajes que la gente emite a través de Whatsapp, a quienes en ocasiones les responden consultas que realizan sobre diferentes temas. No faltan las menciones de canciones que de vez en cuando suenan de manera completa, sin interrupciones, como momento de distensión en la radio.

Otro de los formatos radiales que comúnmente se emplean en la emisora son los móviles en vivo, la cobertura periodística del momento en las calles de Cipolletti o ciudades aledañas. Durante el recorte temporal que seleccionamos para este trabajo, vimos que los encargados de estas transmisiones fueron rotando entre Miguel Ángel Parra, Hugo Jara, Omar Fuentes, y Daniela Luján cuando salía del rol de creadora de contenidos para la web y las redes sociales.

Estado del Arte

Dentro de la búsqueda que realizamos sobre estudios acerca de medios de comunicación regionales multiplataforma, encontramos una variedad de trabajos que asemejan su metodología de análisis y puntos de interés con esta investigación, y que resultan relevantes para considerarlos como avances en la materia. El concepto fundamental que guió la selección fue el de “convergencia mediática” como puntapié inicial, y definiciones que se encuentran fuertemente relacionadas como “multimedialidad”, “hipertextualidad”, y “sitio de noticias”, ya que éstos últimos son consecuencia del trabajo convergente que presentan los medios de comunicación, en tiempos del Periodismo Digital.

En “Estrategias de convergencia en medios informativos regionales: El caso del Diario RN” (2008), María Alejandra Rivero analiza las distintas dimensiones que implica el proceso de Convergencia mediática a partir del entramado de relaciones generados entre el periódico impreso Río Negro y su versión digital. Se hace hincapié en los cambios y estrategias empleadas en las dos redacciones con la incorporación de las herramientas tecnológicas que el auge de internet aportó, sobre todo desde fines de los 90 en adelante.

Por supuesto que la investigación gira en torno al concepto de “Convergencia”, sus características (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, documentación), etapas y dimensiones (producción integrada, profesionales multitarea, entrega multiplataforma y audiencia activa). El aspecto de las dimensiones de la Convergencia fue un factor a tener en cuenta para el desarrollo de esta investigación, pero no han sido las categorías centrales (al menos como son trabajadas en el estudio de Rivero), ya que en nuestro caso se partió desde las dimensiones tratadas por Salaverría y Negrodo en el libro “Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones”, de 2008, y que son divididas en: La dimensión “empresarial”, la dimensión “tecnológica”, la dimensión “profesional” y la dimensión “de los contenidos”.

De todas formas, es interesante el recorrido de las esferas que aporta Rivero en cuanto a:

- Producción integrada: reorganización tanto del espacio físico del trabajo y en la producción de información para gestionar las diversas plataformas.
- Profesionales multitarea: de qué forma periodistas polivalentes desarrollan su trabajo diario en el medio de comunicación y qué funciones cumplen.

- Entrega multiplataforma: de qué forma los usuarios pueden ampliar las posibilidades de acceso a la información a través de recursos multimediales, hipertextuales e interactivos ofrecidos por distintos soportes.
- Audiencia activa: la web y su desarrollo tecnológico han propiciado que los usuarios pasen de ser consumidores meramente pasivos a ser consumidores activos por su interacción con el medio de comunicación a través de mensajes, comentarios y selección de información.

El fenómeno de la interactividad es, según diversos autores, el aspecto que más ha modificado al periodismo tradicional desde la incorporación de las herramientas web, y esto es algo que destaca la tesis de la autora.

Más allá de que Rivero menciona casos de convergencia en distintas redacciones integradas alrededor del mundo y de grandes empresas nacionales como Clarín o La Nación, es interesante ver cómo desanda cada una de las dimensiones de la Convergencia y analiza de qué forma se aplican en el caso del diario Río Negro y su redacción online.

La autora concluye que el medio comenzó a transitar seriamente un proceso de convergencia recién a partir de 2006. Teniendo en cuenta que la investigación es de 2008, al momento la autora no encontraba una planificación convergente con objetivos claros, con dimensiones de la convergencia que sí se intentaban alcanzar pero también con claras resistencias que los periodistas mostraron frente a los cambios que las nuevas tecnologías impusieron. No hay una “aceptación” en general de internet por parte de los redactores, ya que según Rivero se necesita un “cambio de cultura” de los periodistas. Además, hay una falta de recursos materiales y humanos y ausencia de planificación para una redacción integrada. En cierto modo, la investigadora concluye que Río Negro fue “empujado” a la convergencia mediática, así como le pudo haber pasado a muchos medios de comunicación a partir del auge tecnológico en materia de soportes comunicacionales. Este supuesto fue tenido en cuenta para analizar si LU 19 también fue obligado por inercia a adaptarse a desarrollar su contenido online, o si su tratamiento multiplataforma se debió a una estrategia en sí para ampliar receptores, con una planificación inicial.

Saliendo de la región del Alto Valle, encontramos una indagación que Virginia Giacosa¹³ realizó sobre el diario digital Rosario3.com de Santa Fe y su proceso de convergencia mediática, en el que atraviesa las cuatro dimensiones que nosotros utilizamos en nuestra investigación: la empresarial, la tecnológica, la profesional, y la comunicativa. En este artículo, la autora da cuenta de la obligación que tienen los “viejos medios” de adaptarse a las condiciones de juego, refiriéndose al hábitat de comunicación que ofrecen los nuevos modelos tecnológicos.

En la dimensión empresarial, Giacosa dice que con la aparición de Internet como nueva plataforma para el periodismo, Rosario3.com apuntó a crear una articulación con los demás medios (Radio 2 y Canal 3) de la empresa Televisión Litoral, con el objetivo puesto en “integrar lo que se produce en la radio, en la televisión y en Internet a través del diario digital” (2010:61). En la dimensión tecnológica hace foco en la producción y difusión multiplataforma de la información, y en el caso de Rosario3.com, es la web la que permite entrecruzar audios extraídos de las emisiones radiales, videos de la televisión y textos producidos por los redactores digitales, según Giacosa. Lo que el grupo periodístico produce queda accesible durante todo el día y desde distintos lugares en el diario digital.

La autora menciona a la dimensión profesional, que implica cambios profundos en la labor de los periodistas. Actualmente deben conocer distintas técnicas de investigación, elaboración y difusión de contenidos multimedia: redactan y editan tanto fotografías como audios y videos. Los productores también deben ser multimedia, ya que son periodistas que deben trabajar con imágenes fijas y en movimiento. En cuanto a la dimensión comunicativa, supone una labor periodística de lo más amplia posible: “la idea madre del diario digital es crear contenidos con la mayor cantidad de voces posibles y haciendo uso de la mayor cantidad de formatos disponibles, a través de coberturas especiales, informes multimedia, notas de opinión, crónicas, infografías, mapas, imágenes, videos y audios y espacios de interacción con los usuarios como **Periodismo ciudadano, Encuestas, Foros, Mandá tu foto**” (2010: 62).

Estos repases de las diferentes dimensiones de la convergencia nos sirven como ejemplo para analizar de qué modo se desenvuelven las mismas etapas en la radio LU19.

A su vez, en el libro “Periodismo en contexto de convergencias” (2012), Bergero, Espiño y Solaro analizaron la potencialidad que determinados sitios de noticias argentinos le dieron al uso de los recursos interactivos, multimediales e hipertextuales, en un período de tiempo de

¹³ Este artículo titulado “La convergencia de medios, mucho más que el todo en uno”, se defendió en el 2º Foro de Periodismo Digital de 2010 y posteriormente publicado en el libro “Periodismo digital en un paradigma de transición” del mismo año, que aunó las ponencias del evento.

seis años: desde 2005 a 2007 de todo el país, y desde 2009 a 2011 sólo de la Patagonia (Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego).

Si bien nuestra investigación sobre LU19 no hace hincapié en la interactividad, el estudio mencionado es apropiado para tener un acercamiento sobre la adaptación que los medios harían de las herramientas que ofrece la web para tratar contenidos periodísticos, en los inicios de los años 2000. Además, su universo de análisis es amplio ya que, como mencionamos, abarca una generosa cantidad de medios regionales, por lo que también nos interesa el hecho de que muchos de ellos sean sitios de alcance local, que desarrollan su labor en cercanías a nuestra región del Alto Valle¹⁴.

Para medir la adecuación que los medios analizados tenían con el soporte web y sus recursos multimediales, los autores aplicaron el concepto de dinamismo, y así determinaron la evolución de este parámetro que iba mostrando cambios con el paso del tiempo (2012:107). De esta manera, le fueron otorgados puntajes determinados a cada sitio de noticias según la suma de los recursos multimediales, hipertextuales e interactivos que los 79 medios utilizaron durante el período relevado. Una de las conclusiones a la que llegaron los autores tiene que ver con el crecimiento de actualización de la información que los sitios patagónicos emplearon con el avance del tiempo, adaptándose cada vez más (aunque lenta y paulatinamente) a los recursos ofrecidos por las herramientas online generadoras de contenido, y el aumento de plataformas informativas creadas exclusivamente para informar a través de la web. Para nuestro caso, es interesante tener en cuenta datos cuantitativos de este estilo para entender la razón de existencia de un sitio como lu19.com.ar, que tiene su “producción madre” de noticias y entrevistas en la AM 690.

En un trabajo posterior (2013), Alejandro Rost y los mencionados autores Fabián Bergero, Lieza Solaro y Sebastián Espiño analizaron de qué forma determinados medios patagónicos utilizaron las plataformas Facebook y Twitter en la semana comprendida entre el 1 y el 7 de febrero de 2012. Seleccionaron los dos medios con más seguidores de cada una de las provincias, sin incluir en el análisis a radios y canales de televisión. En líneas generales, estudiaron la frecuencia de actualización de posteos en cada plataforma, si los mensajes eran construidos con una narrativa digital propia o si se trataba simplemente de volcar la información generada en el sitio de noticias, sin aprovechamiento de las herramientas que

¹⁴ El listado específico de los medios analizados se puede consultar en:

<http://periodismoyotrasyerbas.blogspot.com/2005/11/los-sitios-relevados-desde-2005-2012.html>

brinda la web. Además, uno de los objetivos de la investigación fue determinar la participación que los lectores efectuaban valiéndose de las posibilidades ofrecidas por las plataformas y si había una respuesta por parte de los medios. Si bien nosotros no nos centramos en la interactividad como concepto central de nuestra investigación sobre LU19, el trabajo que mencionamos aquí es importante tenerlo en cuenta por el carácter descriptivo que tiene el mismo. Los autores concluyeron que los medios relevados mostraron poca originalidad a la hora de elaborar los mensajes en sus redes sociales, en un sentido periodístico: “predomina largamente el volcado automático de contenidos desde sus propios sitios web a las redes sociales. Son excepcionales los contenidos elaborados específicamente para cada red y no se advierte todavía una narrativa periodística propia que aproveche las características del entorno. El usuario no obtiene contenidos diferentes respecto a los que se publican en el sitio web” (2013:12). Las noticias producidas centraban su presencia en el sitio web como plataforma “madre”, existiendo entonces una falta de tratativa especial para cada red. En nuestro caso, tuvimos en cuenta si la radio LU19 le da un sentido similar a su procesamiento digital de las informaciones tanto en la web como en las demás redes, o si su política periodística es contraria a esta premisa.

El trabajo de Sandra Patricia Gabay titulado “Transformaciones de la radio en la era digital. El impacto del nuevo entorno tecnológico: El caso de FM LA TRIBU como laboratorio experimental” (Universidad Nacional de La Plata: 2013) también nos sirve como referencia de análisis para el fin de nuestra tesis, ya que es una de las pocas investigaciones que pudimos encontrar en la que se detalla de qué forma un medio analógico como la radio se adapta a los cambios comunicacionales y de consumo establecidos a partir del avance de las tecnologías de la Información y la Comunicación.

FM La Tribu es una radio comunitaria de la Ciudad de Buenos Aires ubicada en el barrio céntrico de Almagro, y funciona desde 1989. Además de ser una emisora clásica que se escucha por frecuencia modulada, el medio posee una página donde poder escucharla online y que contiene accesos gratuitos a diversos contenidos audiovisuales (www.fmlatribu.com), además que utiliza redes sociales para explotar la interactividad con las audiencias.

Gabay destaca que con la llegada de internet, la radio comenzó a entrelazarse con otros medios y otros lenguajes a partir de la incorporación de nuevas herramientas, aplicaciones y recursos que la red ofrece para profundizar la relación con las audiencias a través de la interactividad, la navegación y los enlaces. La radio comienza un proceso de hibridación de lenguajes desde que suma otras plataformas digitales. Además de transformarse la relación

con el oyente/usuario, como se mencionaba anteriormente, se modifican las rutinas de producción, los contenidos mismos, e incluso las posibilidades de consumo de contenidos.

La Web 2.0, dice Gabay, ha posibilitado que la radio pueda experimentar nuevos formatos como los podcasts, la transmisión online, producciones en diferido y posibilidades de descargas. Además, “se agrega la confluencia de la radio en las redes sociales que la involucran en un gran diálogo socio-cultural y participativo, que la radio hace propio en cuanto potencia su naturaleza conversadora. La Web 2.0 genera por un lado una tensión entre la radio tradicional y las nuevas modalidades de hacer radio en Internet, y por el otro, la dota genéricamente de un potencial expresivo que le exige estrategias y habilidades para abrirse paso en un mundo sonoro amplificado y competitivo”(2013:7).

Gabay considera, a partir de su análisis, que hoy podemos hablar de que la gran transformación tecnológica y comunicativa es “la radio multiplataforma, entendiendo a las plataformas como integración de diversos medios de comunicación y servicios en un conjunto complejo”. Esta transformación afecta directamente a los contenidos y amplifica el diálogo con la audiencia. En el caso de LU19 suceden estos supuestos que desarrollamos aquí, ya que a partir del trabajo de producción radial se redactan también notas para la página oficial con formato de sitio de noticias, se editan audios para subirlos a dicha plataforma, y las noticias circulan en sus redes sociales. Se cumpliría con el concepto de “radio multiplataforma”, teniendo en cuenta la variedad de canales comunicativos, de formatos, y la búsqueda constante de interactividad con la audiencia.

La autora destaca como una de las primeras conclusiones, que “la radio en la era de Internet impone nuevas constricciones técnicas y culturales que se traducen en cambios en la programación, transformaciones que impactan en los usos sociales y los consumos”; evidencia una necesidad, por parte de los medios, de hacer foco hacia una comunidad de intereses más que a un perfil de usuario (que puede ser local, regional o global) y determina que existe una alta probabilidad de que el usuario pertenezca a una generación joven y sea cambiante en cuanto a hábitos y consumos. Se debe realzar el valor del podcast como alternativa a la radio tradicional, y planificar con atención una propuesta abierta a la interactividad además de repensar la distribución horaria de la programación, duración de programas, y el proceso productivo en general.

En el libro “Periodismo transmedia: La narración distribuida de la noticia” (Rost, A., Bergero F., Bernardi M.T.; 2016), Alejandro Rost y Macarena Marticorena analizaron la cobertura multiplataforma y con lógica transmedia de las inundaciones de abril de 2014 en Neuquén llevada a cabo por medios de comunicación de la empresa propiedad de la familia Shroeder: la radio LU5 AM 600, el diario editado en papel La Mañana Neuquén, la página web www.lmneuquen.com.ar y un conjunto de plataformas digitales de la radio AM y el diario.

Los objetivos de la investigación de Rost y Marticorena fueron “identificar cómo la información atravesaba los distintos soportes y plataformas de este grupo de comunicación; qué rol tenían los/as usuarios/as en la generación de contenidos; y determinar si existía una producción periodística transmedia” (2016: 28). De esta forma podemos ver que el propósito del muestreo y posterior análisis de alguna manera se acerca a lo que planteamos en este trabajo a la hora de recorrer las estrategias de convergencia empleadas por LU 19. Al análisis de las distintas plataformas observadas también se sumaron entrevistas realizadas a los trabajadores del medio, quienes describieron de qué forma fueron narrando el caso de las inundaciones, qué estrategias planificaron (o no), con qué eventualidades se encontraron, y cómo se fueron sintiendo durante el transcurso de los días del suceso.

Se tomó como clave el aporte que los usuarios realizaron a la producción de contenidos desde su participación en cada caso particular. Una de las consideraciones finales que los autores pudieron recabar a partir de su investigación tiene que ver con la participación activa de los afectados por las inundaciones y por el lenguaje particular de cada plataforma, En general, “hubo una narrativa que se realizó a través de distintos soportes y plataformas; hubo elementos que fueron tratados con autonomía, que podían ser un punto de entrada a la narración y expandían la historia narrada” (2016:47), además de que los oyentes participaron aportando información valiosa a través de fotos, comentarios, mensajes, posteriormente editada por los propios periodistas. En el caso de nuestra investigación, el concepto de contenidos “nativos” (especificado en el texto de Rost y Marticorena) también fue clave para comprobar si hubo producción planificada de noticias en LU19 y en qué plataformas determinadas.

En el mismo libro, María Teresa Bernardi (2016) se propone estudiar la transmedialidad y rutinas periodísticas en medios hiperlocales como Agencia de Noticias Roca (ANR) y Neuquén al Instante, sus modos de producción informativa a través de un análisis cuantitativo y cualitativo, ya que se investiga cómo los contenidos circulan por las distintas plataformas que ambos medios utilizan (a través de un corpus de publicaciones de 6 días) y además se incluyen

entrevistas en profundidad a los periodistas que trabajan en ellos para conocer detalladamente su actividad cotidiana.

En general, las metodologías utilizadas por la autora son las que más se acercan a nuestra forma de analizar a LU19, más allá de que nuestro caso no se acerca al estudio de rutinas periodísticas, sino que hace foco en los caminos que recorre la información.

El aspecto de la conclusión de Bernardi que nos interesa es el que se refiere al modo en que la información circula a través del modelo multiplataforma: “hay una adaptación de la información que va del sitio a las redes para ajustar el contenido a las particularidades de la plataforma a utilizar” (2016:90). El trabajo de los periodistas queda completo cuando la noticia se publica en el sitio oficial, luego se hace una publicación en Facebook y por último un posteo en Twitter, con una intención clara desde el medio en contar las historias en todas sus plataformas partiendo del lenguaje específico de cada una. Por otro lado, ambos medios hiperlocales estimulan a sus lectores a enviar datos e informaciones para producir nuevas noticias, o se ofrece otro espacio de participación como encuestas o comentar publicaciones (comentarios moderados por los propios periodistas). Por nuestra parte, hemos tenido la misma consideración para interrogarnos si la misma estrategia adopta LU19 para hacer circular las noticias realizadas en la radio, donde se produce la fuente inicial del contenido.

Para continuar ampliando el campo de análisis de estudios relacionados a nuestra tesis, destacamos dos investigaciones realizadas fuera del territorio argentino. La primera, ecuatoriana, continúa dándonos un panorama latinoamericano de cómo los medios “clásicos” aplican las nuevas herramientas periodísticas ofrecidas por la web. La segunda tesis que mencionaremos aquí, refleja los cambios generados en el medio radial en España.

José Antonio Mendieta Tenesaca (2018) tuvo como uno de sus objetivos, investigar el flujo de información que el diario “El Comercio” de Quito tuvo durante el secuestro de su equipo de trabajo. Para lograr su cometido, tomó como corpus de investigación las coberturas de la unidad de análisis en las versiones impresas y digitales del mencionado medio pero además del diario “El Telégrafo”, entre el 27 de marzo hasta el 10 de abril de 2018. Su pregunta principal fue si efectivamente se daba una política transmedia en el trabajo periodístico que cubría las diferentes plataformas, y concluyó que el grado de transmedialidad en ambos medios era casi nulo. En principio, la intención de centrarse en una metodología cualitativa que tome como referencia la circulación de información entre diversas plataformas para analizar su proceso

convergente, se acerca a la postura de análisis elegida para nuestra investigación, por eso el interés por recorrer este trabajo ecuatoriano.

Tenesaca destaca que se basa en 3 criterios de tratamiento de contenido multiplataforma:

- Adaptación: Cuando el contenido publicado en una plataforma directamente se replica en uno o los restantes soportes, sin aportar nuevos elementos informativos.
- Volcado: Es casi similar a la adaptación, con la diferencia de que dentro de este criterio el contenido no respeta el lenguaje propio del soporte y plataforma.
- Expansión: Es la característica principal que da identidad a la narrativa transmedia. “Se caracteriza por añadir nuevos elementos informativos publicados en distintas plataformas y soportes, que a la vez permiten profundizar y ampliar el relato original. Esta expansión aprovecha los recursos que le ofrece el entorno para publicar contenido que no es repetido en las demás plataformas, sino que es único de cada una de ellas, y a la vez, permiten entender el relato original” (2018:44).

Éste es el punto fuerte que se relaciona directamente con el análisis de LU19. Si bien son medios naturalmente distintos, ya que El Comercio y El Telégrafo son diarios con versiones impresas y la radio transmite por AM, estos medios buscaron adaptarse a los cambios tecnológicos sumando soportes de contenido a través de la web. En nuestro caso, también nos enfocamos en los criterios de adaptación, volcado o expansión que se genera en la producción periodística de LU19.

Como mencionamos anteriormente, el autor tuvo como consideración clave el hecho de que no había una estrategia programada para ampliar el universo narrativo aprovechando los recursos que brindan las plataformas web, sino que la información generada en el medio base (la versión digital), al día siguiente se volcaba a la versión impresa, con el uso de los mismos recursos fotográficos y síntesis adaptadas a la información. A modo de resumen de los resultados que obtuvo Tenesaca en su investigación, podemos citar una de las conclusiones a las que llegó a partir del análisis: “...en el periódico se condensan las publicaciones, no todas, del sitio web. Además, queda claro que la estrategia que se impone en redes sociales, es únicamente la de difundir y promocionar los contenidos propios creados en la página web. Sin embargo, el *copy* de las publicaciones, tanto para Facebook como para Twitter, no cambian en nada de una red social a otra, es un copiar y pegar del mismo contenido para su publicación” (2018:77).

Con la idea de mencionar al menos un trabajo de habla hispana por fuera de nuestro continente, nos interesamos por la tesis doctoral de Lourdes Moreno Callaza (2018), en la que se analiza de qué forma la radio tradicional española busca un lugar propio dentro del ecosistema digital, y de qué manera se da su consumo online, delimitado en el año 2016.

La autora toma como clave los nuevos hábitos de consumo y comportamientos que los avances tecnológicos en las comunicaciones han generado en las audiencias, y que al mismo tiempo han provocado una nueva modalidad de trabajo por parte de los medios. Los contenidos periodísticos han modificado sus procesos de producción, gestión y distribución, teniendo en cuenta que del otro lado hay una audiencia hiperconectada. Si bien la tesis que estamos mencionando abarca objetivos, hipótesis y alcances muchos más complejos por ser doctoral, aporta para nosotros un punto de partida valioso para contextualizar el consumo de radio online y su proceso convergente.

La investigación recorre en profundidad los elementos que la radio web implementa para generar contenido en diferentes plataformas como agregadores de podcast, aplicaciones, playlist de internet, y redes sociales, además de prestar atención en la existencia de transmisión de la programación a través de sitios web, streamings audiovisuales, o aplicaciones móviles. Una de las claves que atraviesa la característica fundamental de las audiencias de las radios online son los nuevos hábitos de consumo, en los que predominan las pantallas y sobre todos los móviles, donde juegan un rol fundamental los conceptos de adaptabilidad, usabilidad, interacción y participación por parte de los usuarios (2018:202).

Para referirse a las nuevas tendencias que la radio como medio clásico ha experimentado con el devenir de internet, Callaza menciona a Stanislaw Jędrzejewski, quien las definió de la siguiente manera:

- De lo analógico a lo digital.
- De lo lineal al on demand.
- Del broadcasting al narrowcasting (distribución selectiva).
- De una plataforma a las multiplataformas.
- De un estándar a many-standard.
- De la escucha pasiva a la elección activa.

Para el análisis de LU19 que nos convoca, nos parece interesante tener en consideración estas categorías, teniendo en cuenta que la AM como tal también está en constante proceso de adaptación para llegar a las audiencias que hoy eligen consumir información no sólo a través del sonido, sino en variedad de plataformas. “La radio (la autora se centra en la versión ‘online’) necesita mostrarse a través de una pantalla y esto requiere de nuevos componentes visuales, textuales, hipertextuales, e interactivos” (2018:471).

Marco teórico

“La convergencia de la radio con Internet modifica sus ventajas y limitaciones tradicionales. La radio incorpora componentes multimedia y genera un modelo interactivo donde la fugacidad, la unisensorialidad y su límite territorial ya no son un obstáculo. Los sonidos pueden tener imágenes, descargarse en cualquier momento y lugar del mundo”. Laura Rodríguez (*“Ponele Onda. Herramientas para producir radio con jóvenes”*. Ediciones La Tribu. 2011)

A continuación, presentaremos las categorías centrales que nos servirán para sustentar la investigación y confeccionar el contexto conceptual. Para lograr tal fin, hemos indagado obras teóricas regionales, nacionales, e internacionales, apuntando a desarrollar los conceptos de manera acabada.

Convergencia Mediática

El concepto clave que atravesará el presente trabajo es el de Convergencia Mediática, pensado como el camino de adaptación que los medios se han visto obligados a recorrer para realizar coberturas periodísticas a través de diversas plataformas y utilizando variedad de recursos, teniendo como receptores al nuevo público hiperconectado de la actualidad.

Para Henry Jenkins, la convergencia mediática no puede explicarse simplemente como un cambio tecnológico, sino que se debe entender a la convergencia desde un nuevo contexto cultural donde ha cambiado el consumo y procesamiento de información y el entretenimiento de los consumidores de los medios. El flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas cambia definitivamente el comportamiento de las industrias mediáticas y también “el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (2008:14).

La digitalización conlleva además un cambio social en el que los consumidores están en contacto permanente con los nuevos soportes tecnológicos, sobre todo con los aparatos móviles que acompañan a los usuarios en su vida cotidiana, adonde vayan y en todo momento. Por otra parte, los consumidores antes relativamente pasivos, con la digitalización mutan en activos, además de estar conectados entre sí socialmente de manera continua (2008:29). Las nuevas tecnologías han cambiado la forma de producir y recibir información y la convergencia mediática hace foco en el proceso que las industrias mediáticas están atravesando para responder al inevitable contexto de hiperconexión.

Octavio Islas, retomando categorías de Marshall McLuhan y Barrigton Nevitt, habla de una convergencia cultural, refiriéndose al contexto digital que “ha impuesto profundas transformaciones en las empresas mediáticas, las cuales, para poder subsistir, se han visto en la necesidad de reconsiderar el consumo cultural de los medios. En la convergencia cultural, los destinatarios asumen el papel de ‘prosumidores activos’. La palabra ‘prosumidor -en inglés, ‘prosumer’-, es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: ‘producer’ (productor) y ‘consumer’ (consumidor) (2009:27)

Ramón Salaverría y Manuel Negro en “Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones” (2008) consideran a la Convergencia Mediática o Periodística como un proceso paulatino donde los medios actualizan sus rutinas periodísticas teniendo en cuenta los nuevos consumos que se establecen a partir de los avances tecnológicos. La convergencia es un proceso multidimensional que comprende organizar el trabajo informativo de distintas plataformas en búsqueda de llegar a “ciudadanos que disponen cada vez más en sus manos aparatos que les permiten acceder a contenidos textuales, sonoros y gráficos en cualquier momento y desde cualquier lugar” (2008:47). A modo de resumen, los autores proponen como definición:

“La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una” (2008:45).

Los teóricos repasan las cuatro dimensiones propias de la convergencia:

- La dimensión tecnológica: Hace hincapié en la pluralidad de herramientas de sistemas de producción y difusión de información. En la actualidad se puede ver que los periodistas utilizan mayor cantidad de elementos de trabajo en común a partir del avance tecnológico digital. También es un factor que influye en la recepción de los contenidos por parte del público, ya que los usuarios tienen acceso a diferentes contenidos textuales y audiovisuales donde sea que estén.
- La dimensión empresarial: Hace referencia a los cambios que sufren las empresas periodísticas a raíz de los avances tecnológicos, empujados por la clara intención por parte de los medios de cubrir las necesidades del mercado.

Se debe alcanzar el liderazgo en el campo de la comunicación y estar presente en cada plataforma mediática. La integración o fusión de las redacciones representa, según Salaverría, el punto lógico del proceso de convergencia empresarial.

- La dimensión profesional: El periodista de hoy se caracteriza por su polivalencia¹⁵. No es extraño ver en la actualidad profesionales que tienen a cargo simultáneamente labores como la redacción, documentación, edición de audio o fotografía, etc. Y esto puede ocurrir en medios como radio, televisión, agencias de prensa, diarios impresos, portales digitales, donde a una persona en ocasiones se le brindan tareas que no son propias de su especialidad. A este tipo de polivalencia Salaverría la denomina funcional, y consiste en los medios que envían a personal a cubrir distintos formatos informativos al mismo tiempo. Por supuesto que a esto está relacionado el avance tecnológico y simplificación de tareas como envío de información, grabación de sucesos, transmisión en vivo de hechos, y demás trabajos de producción periodística. La otra modalidad que el español explica es la mediática, y se lleva a cabo cuando un periodista especializado en un tema informa sobre una determinada noticia a través de varios soportes (impresos, radiofónicos, televisivos, digitales) de una misma empresa o grupo periodístico. Se genera un mismo contenido para ser transmitido a través de distintos canales.
- La dimensión de los contenidos: Se trata de la difusión de los mismos contenidos a través de distintos soportes; una misma noticia que es producida, por ejemplo, para radio y al mismo tiempo un sitio de noticias o redes sociales (cada tratamiento de la información trabajado de distinta manera). Una esfera que también se relaciona con el concepto de multiplataforma, trabajado por los mismos autores, a tal punto que lo toman como un sinónimo de la convergencia de los contenidos. Este proceso se da gracias a “la creación de un lenguaje periodístico derivado de la combinación de textos, sonidos e imágenes fijas y en movimiento” (2008:50).

Los medios, entonces, han sido obligados a producir pensando en una “modalidad multiplataforma”, porque los usuarios consumen cada vez más contenidos desde diferentes

¹⁵ Salaverría también denomina a este estilo de profesionales como “periodistas multitarea”, aquel que debe cumplir varias labores periodísticas a la vez, tareas que antes realizaban por separado distintos profesionales. En este caso, el periodista debe ser capaz de producir informaciones en cualquier formato -textual, audiovisual y digital- y para cualquier medio -prensa, radio, televisión, e internet-. (2008:76).

soportes o canales. “Las nuevas demandas de los nativos digitales y la audiencia móvil han fragmentado el consumo, exigiendo a las empresas un reposicionamiento capaz de responder a los nuevos desafíos generados por esta audiencia líquida caracterizada por una conexión a la red permanente, universal y dinámica” (Canavilhas, João: 2012). La nueva labor de las empresas periodísticas está inevitablemente ligada a la producción multiplataforma acorde a los nuevos hábitos de consumo fragmentados.

La Convergencia Mediática se da en un contexto donde la producción de contenidos periodísticos, la participación de los usuarios y el exceso de información y entretenimiento ocurren en una multiplicidad de plataformas a través de la web (Rost, A., Bergero, F.: 2012). La recepción de información se da de manera invasiva, mientras el usuario desarrolla actividades estando conectado o desconectado. Los medios, en este marco, buscan llegar a esa diversidad de soportes donde están hiperconectados sus potenciales usuarios. Este paso se posibilita con la digitalización del trabajo periodístico de los medios: la manipulación, almacenamiento, edición y reutilización de textos, audios, fotos, videos (2012: 15). Dentro del plano profesional, Rost y Bergero hacen foco en la polivalencia de los periodistas, y el puente semántico que se construye entre lectores y profesionales mediante el concepto de interactividad, categoría clave para determinar el paso de receptores pasivos a actuales receptores que hoy participan en la producción de contenidos vinculándose entre sí y con los periodistas.

La convergencia mediática le da impulso a la multimedialidad de las empresas periodísticas y sus contenidos, ya que las herramientas que ofrece la web facilitan una mayor velocidad y accesibilidad en la producción de formatos informativos: textos, fotografías, sonidos, videos y gráficos (Salaverría, 2008:56).

En el contexto de la prensa digital, se entiende a la multimedialidad como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada (Abadal; Gualar, 2010:42). La digitalización ha permitido que los medios digitales produzcan noticias e historias de manera integral y que las narraciones periodísticas contengan mayores recursos, códigos y lenguajes. Depende del desarrollo y aprovechamiento que los medios digitales puedan y quieran emplear al momento de confeccionar sus estrategias periodísticas en la web, y de qué forma desea llegar a su público hiperconectado. “Desde la perspectiva de la comunicación digital la multimedialidad realza la experiencia del usuario, el cual puede interactuar con textualidades complejas donde se cruzan y combinan diferentes lenguajes y medios” (Scolari, 2008:100).

Multimedialidad

En el contexto de la prensa digital, se entiende a la multimedialidad como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada (Abadal; Guallar, 2010: 42). La digitalización ha permitido que los medios digitales produzcan noticias e historias de manera integral y que las narraciones periodísticas contengan mayores recursos, códigos y lenguajes. Depende del desarrollo y aprovechamiento que los medios digitales puedan y quieran planifiquen emplear al momento de confeccionar sus estrategias periodísticas en la web, y de qué forma desean llegar a su público hiperconectado. “Desde la perspectiva de la comunicación digital la multimedialidad realza la experiencia del usuario, el cual puede interactuar con textualidades complejas donde se cruzan y combinan diferentes lenguajes y medios” (Scolari, 2008:100). Según Salaverría (2008), la convergencia mediática le da impulso a la multimedialidad de las empresas periodísticas y sus contenidos, ya que las herramientas que ofrece la web facilitan una mayor accesibilidad en la producción de formatos informativos: textos, fotografías, sonidos, videos y gráficos (p. 56)

Bergero y Lafón en “Con la foto no alcanza: La multimedialidad en los sitios de noticias patagónicas” (2010), consideran que la multimedialidad es una de las principales características del periodismo digital. Más allá de que en este relevamiento se hizo enfoque en la foto como elemento periodístico con gran preponderancia y grado de utilización en los medios patagónicos, el artículo aporta luz sobre metodologías de estudio para analizar la cantidad de recursos multimedia que ciertos periódicos digitales regionales utilizan para contar historias. Los autores consideran que en el contexto temporal de la investigación (2010) los pequeños medios regionales y locales continuaban editando sus diarios digitales con mentalidad de papel, sin aprovechar las potencialidades y recursos que ofrece la web. Los autores, avanzando en la conceptualización de Gallar, desarrollan dos definiciones centrales para entender la utilización de los recursos multimedia en los medios; y tiene que ver con:

- Yuxtaposición: Es cuando una noticia se cuenta periodísticamente de la misma manera a través de diferentes formatos. Las potencialidades multimedia no se aprovechan en su totalidad, sino que se superponen sin respetar los lenguajes de cada plataforma. En ocasiones, un texto puede narrar lo mismo que una foto, video o audio, y tornarse repetitivo uno de otro.
- Integración: Es cuando los sistemas expresivos se integran en un solo mensaje. “Requiere de la presencia de diversos ingredientes o códigos armónicamente constituidos en un mensaje unívoco”. Las noticias son contadas con recursos multimedia que se

complementan, no se superponen ni cuentan lo mismo uno de otro. Se articulan armoniosamente todos los formatos para constituir un mensaje único.

Bergero (2013) señala que el aprovechamiento central de la multimedialidad radica no en la suma de elementos en distintos formatos, sino la armoniosa combinación de cada uno de ellos para elaborar un mensaje único, y así brindarle una multiplicidad de acceso a la información a los usuarios. El desafío, dice el autor, es desarrollar un mensaje en diferentes soportes y a través de distintos recursos, sin que estos se superpongan ni se reiteren.

Hipertextualidad

Uno de los aspectos particulares dentro del lenguaje creado por la digitalización es el hipertexto, cuya función es complementar la lectura con informaciones que aumentan la resolución semántica (Fidalgo, 2004). La **Hipertextualidad** es considerada como una característica fundamental para entender la “interconexión de contenidos mediante enlaces” (Robles Félix Arias, García Avilés José Alberto: 2016). Avilés y Robles, en su relevamiento sobre las distintas definiciones que se han realizado sobre Hipertexto, mencionan a Theodor Nelson y su empleo del término como “un conjunto de materiales escritos o visuales interconectados” (1965: 96) y que años más adelante hablaría del hipertexto como una nueva forma de comunicar basada en la conexión de fragmentos y que fundamentalmente requiere de la acción del usuario para activar ese mismo contenido (Robles F. A., García Avilés J.A.: 2017).

Robles y García Avilés mencionan también al aporte que Pérez Marco realiza para el caso: “(...) el hipertexto es siempre, o puede ser, multimedia: agrupación de diferentes formatos digitalizados que se visualizan a través del ordenador” (2003:121), y por su parte David Bolter (2001) cierra la idea considerando que la hipertextualidad es “un conjunto de temas y sus conexiones, donde los primeros pueden ser párrafos, frases, trabajos individuales o incluso gráficos digitalizados”. Como parte de la conclusión y con la intención de realizar una definición más acabada del concepto, los autores proponen pensar a la hipertextualidad como “una estructura construida a partir de los enlaces que unen textos o contenidos multimedia mediante la interacción del usuario en un entorno digital y multilineal” (Robles F. A., García Avilés J. A.: 2016).

La información en la digitalización está organizada en bloques, también denominados nodos, enlaces, vínculos (links) o hipervínculo, según la teoría de Nelson cuando abordaba el término de lectura no secuencial (1965). El lector, entonces, es quien elige si quiere profundizar en más detalles sobre una noticia, o si desea ingresar a contenidos relacionados. De la misma manera,

el usuario puede cambiar de sección periodística si así lo prefiere, seleccionando a través de la web enlaces que ofrezcan variantes informáticas.

Francisco Albarello sostiene que el desarrollo del entorno web significó una explosión del hipertexto, al punto de tomarlo como una característica integral de nuestra cultura de lectura y escritura (2019:116).

(El hipertexto) “forma parte del ADN de los dispositivos digitales, está presente en todas las pantallas y se ha establecido como elemento inextricable de la propuesta de interacción de las interfaces, como interfaz en el mundo. Lo que comenzó como un modelo experimental de organización y gestión de la información se ha constituido hoy -en términos mcluhanianos- en el nuevo ambiente creado por los medios digitales”
(Albarello, 2019: 102)

Bergero (2016) propone pensar al hashtag o etiqueta como un importante recurso hipertextual para ampliar las narraciones periodísticas a través de las redes sociales, plataformas intrínsecas del periodismo digital que retomaremos más adelante. El hashtag es una palabra clave precedida por el signo numeral (#), que permite enmarcar temáticamente una serie de noticias relacionadas entre sí. Gabriel Sama define a la etiqueta, almohadilla o hashtag como una palabra clave enlazada a un mensaje, que permite a otros usuarios realizar el seguimiento de todos los mensajes relacionados con un tema” (2009:58).

Como el hashtag es también un recurso que genera un hipervínculo, sostiene Bergero, puede ser considerado como parte de un hipertexto que enlaza las historias diseminadas por la web (sobre todo en las redes sociales), permite coherencia narrativa, y también coloca accesiblemente una misma temática o título en los motores de búsqueda, así como el posicionamiento dentro de los temas más hablados en el último momento (2016:98)¹⁶.

De esta forma comprendemos al hipertexto como una estrategia comunicativa que se implementan en las rutinas periodísticas digitales por parte del equipo de LU19, periodistas que emplean el uso dividido de links, enlaces, unidades textuales, ofrecidos a sus seguidores para que éstos los empleen según su decisión y los manipulen para profundizar la información multimedia (Rivera. 2010: 16).

Interactividad

¹⁶ Bergero propone como ejemplo de temática el hashtag #terremotoenChile. Para nuestro análisis, veremos cómo fue utilizado el hashtag en los perfiles digitales de LU19 que lo incorporaron como hipertexto: Twitter, Facebook, Instagram y Youtube.

Si hacíamos referencia al hipertexto como herramienta que permite brindarle poder de selección de información al usuario, en este punto cabe enlazar el concepto de interactividad como complementario a la convergencia mediática, ya que ingresamos al terreno donde el usuario interactúa con las distintas opciones de recorrido a través de diferentes contenidos ofrecidos por las plataformas digitales.

Scolari (2008) considera que la relación entre público-medios de comunicación deja de ser unidireccional, y es el público el que en la hiperconectividad puede elegir entre diferentes contenidos, manipularlos, reproducirlos cuantas veces desee, compartirlos y regular su tiempo de consumo. De esta forma, “las prácticas interactivas rompen con el consumo pasivo de los medios masivos. Tal como predicaban los teóricos del hipertexto, en las nuevas textualidades el poder pasaría del autor al lector” (2008:79).

La Interactividad se trata de una de las características más importantes de la comunicación digital y uno de los factores que más ha influenciado en el desarrollo de un nuevo periodismo que reconsidera su producción a partir de la participación de los usuarios. Rost (2014) considera que la interactividad es la capacidad que tiene un medio de comunicación para darle herramientas de participación a los usuarios desde dos tipologías: una “interactividad selectiva”, donde los usuarios pueden seleccionar contenidos y tener ciertas posibilidades de control sobre el proceso de recepción de los contenidos, el ritmo y la secuencia de mensajes, y una “interactividad comunicativa”, referida a las posibilidades de expresión y comunicación y cómo los usuarios se transforman en productores de contenidos a través de sus opiniones y diálogos con demás usuarios o con el mismo medio de comunicación.

La interactividad selectiva puede ampliarse, en un medio digital, con el uso de enlaces con noticias relacionadas del día, enlaces de contexto, enlaces cronológicos, enlaces incrustados en el texto, y por lo tanto con diferentes estrategias de navegación¹⁷ (Bergonzi, Rost, Bergero. 2008:176). La estructura hipertextual que ofrece el medio determinará las posibilidades de construcción que tendrá el lector de su propio camino de lectura. Con la utilización de enlaces internos y externos ofrecidos por la web, se crean posibilidades interactivas de selección de

¹⁷ Rost, Pagni Reta y Apesteguía hacen una distinción entre los enlaces semánticos y los enlaces estructurales. Los primeros se distinguen por asociar contenidos específicos en un medio. Los segundos, son los que conforman la estructura de información rígida que ofrece el medio para navegar por distintas categorías de noticias.

información. Vale resaltar que son los mismos usuarios quienes definirán la utilización de las posibilidades de interactividad selectiva, como veíamos en el apartado sobre hipertexto¹⁸.

La interactividad comunicativa, por su parte, refiere a la posibilidad que tiene el usuario de crear un contenido que pueda ser recibido por el medio o por otros usuarios. En este caso, se genera una comunicación virtual que pasa de la lógica sujeto-objeto (interactividad selectiva) a sujeto-sujeto. El concepto alude a la relación que el lector puede entablar con otros en su misma posición, con quienes puede discutir, apoyar o dialogar temáticas de su interés (Rost:2014).

La interactividad comunicativa puede darse en forma sincrónica (por ejemplo, en chats, entrevistas online, comentarios debajo de las noticias, perfiles de redes sociales, blogs, encuestas, participación con envíos de material audiovisual o mensajes) o en forma asincrónica (foros, cartas de lectores, correos a la redacción). El lector aquí ya no sólo es receptor que sólo organiza su propio recorrido de lectura, sino también productor de contenidos y participante en la construcción de la actualidad (2004:8). Vale destacar que luego será el medio el encargado de ampliar o no la participación de sus usuarios a través de sus diferentes plataformas, motivando la interactividad con mayores recursos como por ejemplo la generación de encuestas, respuesta a los comentarios de lectores, publicación de contenidos enviados por el público, etcétera. Éste comportamiento determinaría el grado de relevancia que el medio brindaría a la participación activa de sus usuarios.

Redes sociales

Ángel Di Plácido (2010) sostiene que las redes sociales han explotado las posibilidades interactivas dentro del escenario comunicativo 2.0 que plantea la actualidad. Millones de usuarios hiperconectados comparten diariamente opiniones e informaciones de cualquier tipo, y generan nuevos vínculos virtuales basados en cualquier aspecto de la vida cotidiana. Las redes profundizan todavía más la figura del prosumidor a la que hacíamos referencia anteriormente, ya que produce y consume al mismo tiempo diversidad de información a través de la web:

“Este camino pone al usuario en una nueva posición en el proceso comunicativo, pasando desde el rol de mero destinatario de información a sujeto que opera activamente en la creación del flujo informativo, creando contenidos e

¹⁸ Los autores también destacan el uso de enlaces incrustados en los sitios de noticias, como aquella herramienta hipertextual que están incluidos en el cuerpo del texto de la noticia y que también invitan a profundizar más información acerca de una noticia.

intercambiándolos con los otros cibernautas y con los mismos emisores tradicionales del universo de los medios de comunicación. Para los medios las personas que pueblan la Red representan hoy en día una referencia activa en seleccionar, comentar y proponer argumentos de discusión” (2010:6).

Los usuarios conforman, a partir de las redes sociales, sus propias comunidades, lenguajes particulares, vínculos, costumbres y comportamientos (Kadushin, 2013). Por eso es que el factor clave de la comprensión de las redes es lo colectivo. A través de las plataformas digitales cualquier persona conectada puede hoy publicar fotos, videos, audios, escribir sus opiniones, compartir con sus contactos materiales audiovisuales y visiones del mundo, conformar grupos internos, comentar en perfiles personales, profesionales, o de medios de comunicación, y muchas más herramientas de participación que ofrecen los espacios online.

Gustavo Aruguete (2001) define a las redes sociales como “formas de interacción social, definida por un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente, que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” (2001:1). Por otro lado, Boyd y Ellison (2007) sostienen que las redes sociales son servicios de la web que permiten construir un perfil público o semi-público en el sistema de conexión, gestionar un listado de usuarios con los cuales compartir un vínculo, y cruzar sus vínculos y los realizados por otros usuarios en el sistema¹⁹.

En un relevamiento previo realizado sobre LU19, pudimos observar que sus perfiles de redes sociales más activos al momento de realizar el recorte del corpus (junio de 2019) fueron Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. Describiremos brevemente cada una de ellas.

- Facebook: Fue fundada en 2004 por Mark Zuckerberg, con la idea inicial de desarrollar una red social interna para la Universidad de Harvard. Posteriormente, en 2006, anunció su expansión como plataforma disponible para otros puntos del mundo, estando disponible en idioma español desde 2008²⁰. Según su portal oficial, “la misión de Facebook es brindar a las personas el poder de construir una comunidad y acercar al mundo. Las personas usan las aplicaciones y tecnologías de Facebook para conectarse con amigos y familiares, encontrar comunidades y hacer crecer sus negocios”. Más de 2 mil millones de personas se conectan activamente a esta

¹⁹ Extraído del libro “Periodismo en contexto de convergencias” de A. Rost y F. Bergero (2012)

²⁰ Fuente: <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/facebook-los-hitos-mas-importantes-de-sus-diez-anos-nid1660996/>

plataforma²¹. La plataforma ofrece la posibilidad de agregar “amigos”, “chatear” con ellos, dar “me gusta” a publicaciones y páginas, publicar y compartir enlaces, fotos, videos, comentar en publicaciones propias y ajenas, utilizar “hashtags” o etiquetas, y más recursos.

- Twitter: Es una plataforma que permite publicar artículos de hasta 280 caracteres, en donde los usuarios dan a conocer sus actividades, pensamientos, comparten noticias, información, fotos y videos. El portal publicistas.org sostiene que Twitter “hoy en día es uno de los medios digitales más grandes, con un destacado crecimiento viral, que permite conectarse no sólo con amigos, sino que el mundo laboral, político, periodístico y empresarial”²². Para junio de 2020, la base de usuarios supera los 339 millones de usuarios activos²³. Twitter permite “tuitear” (generar una publicación propia de hasta 280 caracteres), “retuitear” (compartir un contenido originalmente publicado por otra persona), enviarse entre usuarios mensajes directos o “DM”, utilizar el hashtag o etiqueta como temáticas del momento, y de esa forma generar tendencias del día. La plataforma también permite compartir fotos y videos, y comentar “tuits” de otros usuarios.
- Youtube: Nació el 14 de febrero de 2005, y fue creada por tres ex trabajadores de PayPal: Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim²⁴. Es una plataforma web que aloja videos de diverso contenido: informes, videos musicales, películas, contenido de entretenimiento, periodístico, clips, material referido a videojuegos, y demás. Según el sitio oficial de Youtube, los usuarios activos que frecuentan el sitio supera la cantidad de 2 mil millones en todo el mundo²⁵. La plataforma permite suscribirse a canales de contenido, crear un perfil propio de usuario, comentar videos, compartir material, utilizar enlaces internos y externos, entre otras herramientas.
- Instagram: Instagram es una red social de fotografías y videos que sólo funciona en iPhones y smartphones con el sistema operativo Android. Nació el 6 de octubre de 2010, y fue comprada por Facebook el 9 de abril de 2012 por mil millones de dólares²⁶. Instagram permite compartir, comentar y dar “me gusta” en las fotos entre los usuarios que se “siguen” entre sí, aunque son herramientas que sólo se pueden

²¹ Datos disponibles en <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2020/Facebook-Reports-Second-Quarter-2020-Results/default.aspx>

²² Disponible en <http://publicistas.org/perfiles/twitter.html>

²³ El estudio completo realizado por las empresas WeAreSocial y Hootsuite puede encontrarse en: <https://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2020/02/Digital-2020-WeAreSocial-y-HootSuite.pdf>

²⁴ Fuente: <https://hipertextual.com/2018/12/nacimiento-youtube>

²⁵ El dato puede verse en: <https://www.youtube.com/intl/es-419/about/press/>

²⁶ Datos aportados por el portal <https://hipertextual.com/2012/04/facebook-compra-instagram>

realizar por medio de la aplicación móvil. Según el portal genbeta.com, para fines de 2018 Instagram ya superó los 100 millones de usuarios activos²⁷. La red permite “seguir” personas, escribirse mediante mensajes privados, publicar y ver “historias” de otros usuarios, publicar y recorrer en el “feed” propio o de contactos, dar me gusta a fotos y videos o “reels”, utilizar “hashtags” o etiquetas, y más opciones de participación.

Narraciones Transmedia

Hasta aquí hemos recorrido variedad de conceptos, herramientas, posibilidades y alcances que la web ofrece a audiencias hiperconectadas en tiempos de hiperconexión como nuevo contexto de consumo cultural, en constante cambio. Llevando la mirada hacia las posibilidades que tienen medios analógicos y digitales de llegar al nuevo público, podemos preguntarnos qué estrategias plantean para lograr su cometido. En el citado libro de Albarello (2019), el autor propone considerar a las narraciones transmedia como una posible “alternativa para recuperar el interés de las audiencias, pero ya no a partir de un medio en particular, sino en torno a un relato” (p. 55).

El pionero del concepto “narración transmedia” fue Henry Jenkins al utilizarlo en un artículo de 2003. El autor destaca dos aspectos claves a partir de los cuales puede explicarse la transmedialidad:

- Por un lado, se trata de un relato que se desenvuelve a través de diversas plataformas, distintos medios y canales, que guardan independencia narrativa por sí mismos (Jenkins, 2006).
- Por otra parte, los consumidores asumen un rol activo de participación y expansión de la narrativa: “los receptores no se limitan a consumir el producto cultural, sino que se embarcan en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales” (Scolari, 2014).

Scolari hace referencia a ejemplos de narrativas transmedia de ficción como Harry Potter, Superman, The Walking Dead, o Resident Evil, recorriendo el mundo literario, televisivo, cinematográfico o de videojuegos. Se tratan de obras que se expanden en diferentes formatos, plataformas, medios, y que cuentan todas ellas con la participación de sus seguidores para potenciar esas historias.

²⁷ Datos disponibles en: <https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/instagram-ya-tiene-800-millones-de-usuarios-activos-100-millones-mas-desde-abril>

Estamos ante un término que pone a la audiencia como protagonista de la era de la hiperconectividad y digitalización. Atendiendo a los nuevos hábitos de consumo, los medios llevarían a cabo una estrategia de transmedialidad para que el contenido fluya por distintas plataformas y aprovechar las características específicas de cada soporte, ampliando un único relato. Esta estrategia, según Scolari (2013), implicaría desarrollar una experiencia transmedia que sea atractiva para los consumidores, y que los motive a colaborar en la expansión del relato a través de diferentes recursos.

En variadas ocasiones, las ficciones que fluyen en casos de narrativas transmedia no lo hacen a partir de una planificación previa (transmedia estratégico), sino que la expansión narrativa se produce por inercia a través de las condiciones irrefrenables y complejas del ecosistema mediático (Scolari, 2014). En el ámbito del periodismo, si bien el desarrollo de su carácter transmedia de alguna manera se viene implementando desde el auge de los medios analógicos²⁸, cabe preguntarnos si las empresas de comunicación desarrollan sus rutinas de producción de contenidos pensando o no en la transmedialización del discurso informativo como modelo narrativo, considerando los nuevos hábitos de consumo de las audiencias, su participación e interacción a través de la web: “El periodismo transmedia forma parte de una lógica de producción que toma en cuenta el nuevo escenario de consumo cultural que se fragmenta en distintos medios, soportes y plataformas por parte de un público que disputa el poder de la agenda” (Rost, Bernardi, Bergero. 2016:7).

Rost y Bergero, en el libro ya citado, sostienen que una característica angular del periodismo transmedia es que cada mensaje tiene autonomía y expande el universo informativo, y los usuarios contribuyen activamente a la construcción de la historia” (p. 14). En cuanto a la participación de los usuarios como co-creadores, los autores dan un sentido clave al respecto: y es que según su punto de vista, el usuario colabora en la expansión narrativa con su intervención. Esta consideración apunta a que el usuario no sólo participa de las narraciones periodísticas a través de comentarios, compartidas, mensajes privados, enviando archivos multimedia al medio de comunicación, etc. (interactividad comunicativa), sino que también interactúa con la información seleccionando el recorrido de noticias a su manera, controlando su ritmo de recorrido y su propio estilo de consumo informativo (interactividad selectiva). En

²⁸ Scolari ejemplifica mencionando casos en los que noticias se expandían de la radio a la televisión, de allí a medios impresos, y la audiencia aportaba relatos llamando por teléfono o a través de carta de lectores. Por supuesto que la participación del público creció notablemente con la llegada de la web 2.0 y las redes sociales.

este punto, adherimos a esta postura de los autores con respecto a la participación del público.

De esta conceptualización se desprenden 3 características o casos diferentes de periodismo transmedia:

- La expansión ocurre cuando una misma noticia es contada de diferentes maneras en distintas plataformas, existiendo en cada una un mensaje que amplía la información y profundiza en datos del relato original. Esta expansión se da con el aprovechamiento de los recursos que ofrece cada entorno, “que van desde el agregado de algún dato de ubicación de tiempo o espacio, hasta enlaces, imágenes, entre otros” (2016:16). El objetivo es no repetir los mensajes, sino que cada uno sea único para enriquecer el relato.
- La adaptación se da cuando un mismo contenido es replicado de una plataforma a otra. Se respeta la característica específica del entorno pero el mensaje no aporta nada novedoso. Si bien el contenido se adecúa según el medio, los elementos informativos no representan un aporte extra al relato.
- El volcado es parecido a la adaptación, ya que un mismo contenido pasa de una plataforma a otra, con la diferencia que en este caso no se respetan las potencialidades o lenguajes del soporte. No se aportan nuevos elementos informativos: la automatización o “copie-pegue” del contenido limita la posibilidad de una expansión narrativa.

Hasta aquí hemos recorrido las principales categorías teóricas que atravesarán el marco conceptual de todo el trabajo. A continuación, desarrollaremos el muestreo que tomamos para analizar la semana de cobertura periodística del programa “La Vuelta a Casa” de LU19.

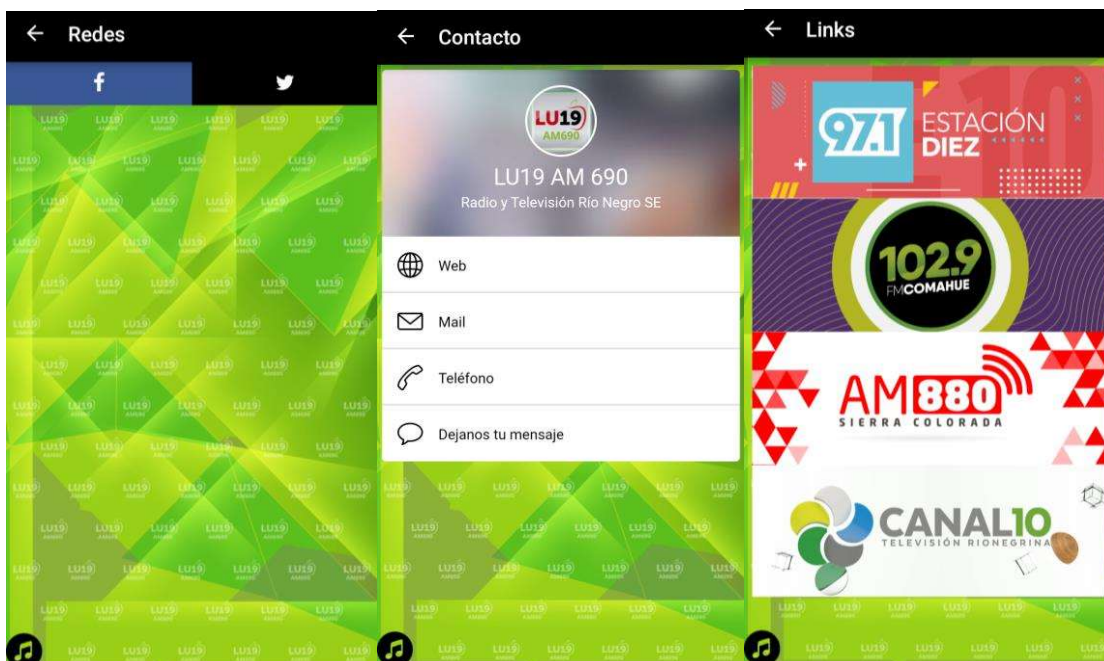
Desarrollo del análisis del corpus:

Antes de comenzar a describir detalladamente cada jornada en particular, creemos necesario anticipar algunas cuestiones generales de relevancia con respecto al análisis del muestreo:

El objetivo primordial de este trabajo es describir cómo un mismo contenido generado en la radio circula por distintas plataformas web gestionadas por el mismo medio, y de qué manera se dio o no una amplitud en la narrativa periodística a partir del uso de los recursos digitales.

La aplicación móvil que emplea LU19 para aumentar sus canales de comunicación se puede descargar en forma gratuita a través de Play Store y Apple Store. No vamos a entrar en detalles sobre cómo trabaja esta plataforma porque no ofrece un tratamiento particular de información de manera especial, sino que vuelca las noticias tal cual las publica en la web, por lo que dejamos en claro que su fuerte es ofrecer otra posibilidad de escucha y lectura por un medio digital, además de dejar a disposición de los usuarios las vías por las que pueden contactar a la emisora: Web, mail, teléfono, y la opción de escribirles un mensaje directamente desde la app. Por otro lado, se puede ver en detalle la programación semanal de la radio. Como se trata de una plataforma de alguna manera desactualizada, decidimos sólo mostrar imágenes como parte del recorrido.





En cuanto al sitio web, veremos que para ingresar a cada noticia mientras se realiza el recorrido de la portada, siempre hay que hacer click en la imagen de miniatura. Por eso, encontramos cada vez una foto de presentación del artículo. La composición del posteo, no presenta nunca un video como material audiovisual complementario en su formación, aunque casi siempre sí cuenta con un audio completo de la entrevista que fue realizada durante el programa. En ciertos artículos hay citas textuales que están en una tipografía mucho más grande que la del cuerpo de la noticia, con el objetivo de destacar una frase fuerte que ha dejado la persona entrevistada durante el diálogo radial.

Las noticias siempre están enmarcadas en al menos dos categorías: Por ejemplo, “Destacamos” y “Río Negro”. La primera condición indica la importancia y lo reciente de la información, aunque veremos que todos los artículos contienen esta categoría ya sean en la presentación de la portada, en el recorrido, o en el interior del texto. La segunda condición apunta a ubicar la información en las distintas pestañas temáticas que veremos a continuación.

Las pestañas que invitan a un recorrido interno a través de la web son:

- Portada: Tiene la función de volver a la “Home” de la página.
- Noticias: Ofrece las opciones Río Negro, Neuquén y Nacionales, dividiendo los recortes geográficos de cada contenido.
- Escuchar: Al hacer click en esta pestaña, se abre automáticamente un reproductor web que permite escuchar la AM en vivo.

- Servicios: Brindaría información sobre transportes disponibles en la región, aunque las veces que ingresamos a esta sección encontramos la página no disponible.
- Deporte: Incluye artículos redactados acerca de esta temática, en el plano local, regional y nacional, e internacional.
- Cultura: En esta pestaña podemos encontrar datos sobre eventos culturales que se llevan a cabo en la región, además de noticias relacionadas a artistas nacionales, y entrevistas relacionadas al arte que se llevaron a cabo en la radio.
- Turismo: Dispone de noticias turísticas del ámbito regional, nacional e internacional.

Dentro de cada artículo está disponible la opción para compartir el texto y/o imágenes en Facebook, Twitter, Pinterest y Google +. Además, con los botones interactivos de Facebook y Twitter se puede compartir el contenido en cualquiera de estas redes.

Por lo general, la portada o “Home” del sitio de noticias tiene las últimas noticias subidas en la parte superior, sobre el cierre de la jornada. Algunos artículos repiten su ofrecimiento de ingreso con los mismos titulares y mismas fotos.



NOTICIAS: Pasa en la región



Para clasificar la extensión de cada artículo del sitio de noticias usamos el siguiente criterio, según la cantidad de párrafos que contenía el cuerpo de la nota:

- Corta: De 4 párrafos o menos.
- Media: De 5 a 7 párrafos.
- Extensa: De 8 párrafos en adelante.

Entrevistas realizadas en radio en la edición del lunes 17 de junio

1) Néstor Salazar, gerente técnico de Transcomahue, habló sobre cómo se trabajó en materia energía eléctrica, el domingo 16 de junio, día del apagón histórico en Argentina. Temática: Sociedad. Recorte geográfico: Regional.

2) Adriana Santagati, Defensora del Pueblo de Río Negro. El tema es los daños económicos sufridos por los comerciantes de la región, a causa del apagón en el país. Temática: Interés general. Recorte geográfico: Regional.

3) Martín Giusti, Subsecretario de Defensa Civil de Neuquén. Fueron tres los temas que se trataron: cómo trabajaron en la Provincia durante el apagón, el temporal en la cordillera y la caída del cielo raso en el shopping Portal, aunque se hizo enfoque como noticia en este último hecho. Temática: Sociedad. Recorte geográfico: Regional.

4) Adrián Iribarren, Director de Defensa Civil y Protección Ciudadana de Río Negro. Se le preguntó sobre cómo cubrieron en toda la provincia problemáticas como Salud y Seguridad, durante la jornada del apagón. Temática: Sociedad. Recorte geográfico: Regional.

Uso del sitio de noticias web:

1) Categorías: “Destacamos”, “RÍO NEGRO”. El artículo tiene como único recurso multimedia un audio adjunto con la entrevista completa, y no hay foto.

En cuanto al texto: es un cuerpo extenso, que contiene citas textuales. No tiene links internos ni externos, ni citas textuales destacadas que sean de una tipografía más grande. Hay uso de negrita, que remarca lo más importante de la información.

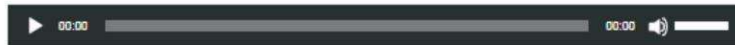
Destacamos RIO NEGRO

Río Negro y Neuquén: La luz tardó en llegar por un error de Cammesa

Compartir esto vía



Néstor Salazar, Gerente técnico de Transcomahue, la empresa responsable del transporte de energía eléctrica, **indicó los motivos por los cuales tardó tanto en llegar la luz a Río Negro. Describió las maniobras que realizaron y sostuvo que a las dos de la tarde estaban en condiciones de restablecer el servicio pero que Transener cerró el interruptor y sacó de servicio a la zona.**



«Fue una jornada muy especial el día de ayer, apenas comenzó el corte, se despliega un protocolo de emergencia que nuestra empresa tiene en nuestro caso. Alrededor de 20 personas de mantenimiento se dirigió a las distintas estaciones transformadoras para empezar a trabajar.»

En el centro, que funciona las 24 hs, a través de la supervisión se nota el corte de energía en todas las ciudades. **Para empezar con el protocolo, se espera una aviso de Cammesa, quien es el encargado de informar del alerta a los distintos centros de control.**

En este tipo de situaciones la alternativa que cada centro tiene, por lo menos en el Sistema Regional Comahue, es hacer el "arranque en negro", explicó Salazar. Esto consiste en hacer que las máquinas comiencen a funcionar sin tensión ni frecuencia.

«Nosotros tenemos una orden de servicio que se activa en estos casos y nos permite que las centrales Planicie Banderita, Alto Valle y la central Chihuidos, se puedan poner en funcionamiento y arrancar nuestro sistema.»



Primer Plan. Lo primero que se realizó es activar la central Planicie

Banderita, «nos encontramos con que allí, la central transformadora manejada por Transener, tenía un inconveniente y manejar los interruptores e iba a llevar un tiempo poder poner en funcionamiento los equipos».

Segundo Plan. «Solicitamos a la Central Alto Valle que de ingreso en servicio, al poquito tiempo nos comunica que no estaba en condiciones por problemas de batería».

Tercer Plan. «Solicitamos a la Central Chihuidos y nos indica que no puede entrar en servicio por un problema de gas»

«No teníamos un cuarto plan.» ¿Qué pasó? Tiempo después, **Central Planicie Banderita con Transener trabaja en sus equipos y en un momento nos indica que están en condiciones.** Esto sucedió alrededor de las 14 hs.»

Luego de realizar las maniobras correspondientes, y poder levantar la isla, y el sistema estabilizado, en comunicación con Cammesa nos indica que se va a cerrar el interruptor de Planicie Banderita. «**Le pedimos por favor que no lo haga, porque nos va a sacar de servicio. Transener, vaya a saber porque motivo cierra el interruptor de 500 y finalmente nos quedamos sin energía nuevamente**».

«Yo digo que la solución para la gente de Río Negro y Neuquén hubiese llegado a las nueve de la mañana, si quienes tenían la responsabilidad de ingresar con sus máquinas lo podían hacer. **Una de las centrales trabajó para conseguirlo a las dos de la tarde, pero nos sacaron de servicio**».

«Nos dejaron aislados sin nada que hacer». «Le insistimos a Cammesa que nos dejen por favor trabajar para armar una isla nuestra. Después de insistir nos prestaron la máquina». Explicó que cada maniobra toma tiempo, y una vez que lograron armar una tercer isla, volvieron a conectar. «No nos dejaron trabajar con nuestro procedimiento», sostuvo y por lo cual a la zona tardó en volver la electricidad.



SUSCRIBIRSE!

Compartir



Facebook



Twitter



Me gusta 0



Tuent

2) Categorías: “Destacamos”, “RÍO NEGRO”. El artículo tiene audio adjunto con la entrevista completa. No hay foto. En cuanto al texto: es de un cuerpo acotado, que contiene citas textuales. No hay links, ni se presentan citas destacadas. Hay uso de negrita.

Inicio > Destacamos > Conocé los lugares en dónde reclamar los daños ocasionados por el corte...

Destacamos RIO NEGRO

Conocé los lugares en dónde reclamar los daños ocasionados por el corte de luz

Compartir esto vía



Adriana Santagati, defensora del Pueblo de Río Negro, en diálogo con la radio indicó la preocupación sobre los daños causados por el corte de luz en todo el país.

«Debemos apelar a la responsabilidad de los comerciantes que se desechen los productos que no mantuvieron la cadena de frío y que a su vez hagan las denuncias pertinentes por los daños económicos ocasionados».

«Creo que el lugar donde se inicia la denuncia es en la distribuidora, como por ejemplo Edersa, si bien no puede tener responsabilidad, pero debe tomar el reclamo.»

«Es importante aportar la mayor cantidad de datos, como la pérdida de mercadería, de artefactos. Hay que hacer la denuncia en los lugares correspondientes».

Indicó que se puedan hacer en la **Defensoría del Pueblo, del Consumidor, en las distribuidoras**. Lo importante es poder acreditar las pérdidas. «Hay que tratar de recaudar la mayor cantidad de datos sobre el perjuicio que el corte de luz ocasionó».



3) Categorías: “Destacamos”, “NEUQUÉN”. El artículo tiene un audio adjunto con la entrevista completa, y una foto del Portal Patagonia proveniente de una fuente desconocida. En cuanto al texto, es de extensión intermedia, tiene citas textuales, un uso acotado e irrelevante de negrita. No hay links.

«Estuve en el lugar con Bomberos y la policía provincial y se amplió la zona por seguridad por si caía parte del cielo raso. No se cerró el Portal, porque desde Obras Públicas del Municipio indicaron que no había peligro»



4) Esta noticia no salió en formato artículo web.

Uso de Facebook:

1) La publicación es posterior a la entrevista, no durante.

El texto es un resumen de dos párrafos sobre lo más importante de la nota web. Antes del link adjunto que lleva a visitar esta información en el sitio, se indica que se puede escuchar la entrevista por la palabra "AUDIO". El texto complementa la información, el link no está acortado, se utiliza el hashtag #Transcomahue. Hay uso de emojis: uno de círculo rojo y dos de micrófonos.

LU19 AM990 LU 19 AM 690 9 min · 🌐

🔴 Néstor Salazar, Gerente técnico de #Transcomahue, la empresa responsable del transporte de energía eléctrica, en diálogo con la radio 🎙️ indicó los motivos por los cuales tardó tanto en llegar la luz a Río Negro.

🎙️ Describió las maniobras que realizaron y sostuvo que a las dos de la tarde estaban en condiciones de restablecer el servicio pero que Transener cerró el interruptor y sacó de servicio a la zona.

AUDIO <http://lu19.com.ar/.../rio-negro-y-neuquen-la-luz-tardo-en-l.../>



LU19.COM.AR

Río Negro y Neuquén: La luz tardó en llegar por un error de Cammesa

👍 1 1 comentario

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 👤

Más relevantes ▾

 Escribe un comentario...

 **Evangelina De Minicis** Supongo q ambas provincias iniciaran las acciones legales correspondientes.

Me gusta · Responder · 4 min

2) La publicación es posterior. En cuanto al texto, no aporta información nueva porque indica casi lo mismo que el título del artículo web. El link no está acortado. No hay uso de etiquetas.

Se utiliza un emoji de círculo rojo.

LU19 AM900 LU 19 AM 690 25 min · 🌐

🔴 Si tuviste pérdidas de mercadería o económicas, algún artefacto roto a causa del corte de luz. Conocé dónde presentar el reclamo.
<http://lu19.com.ar/.../conoce-los-lugares-en-donde-reclamar-.../>



LU19.COM.AR

Conocé los lugares en dónde reclamar los daños ocasionados por el corte de luz

👍🔥 17 2 comentarios 31 veces compartida

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 👤

Más relevantes ▾

 Escribe un comentario... 😊 🗨️ 🗑️

 **Cristina Betker** Vos creés? La luz volvió normalmente. Sin sobrecarga.

Me gusta · Responder · 14 min

3) Publicación posterior. El texto tiene el mismo carácter que en el caso de la publicación anterior, e incluso aporta todavía menos porque repite de forma más acotada lo que manifiesta el título del artículo web. No hay etiquetas, ni uso de acortador de link. El emoji utilizado es de círculo rojo.



4) Este contenido no tuvo tratativa en Facebook.

Uso de Twitter:

1) En este caso se hicieron 3 publicaciones con respecto a esta noticia. La primera fue durante la entrevista en vivo al aire, donde el texto expresa una frase importante que dijo Salazar durante la nota: “El origen de la falla lo tendremos cuando den el informe #Cammesa”, en referencia a lo que sucedió el día anterior con el apagón histórico a nivel nacional. Además, se ofrece el número de Whatsapp de la radio.

El texto agrega los hashtags: #LU19Informa, #LaVueltaACasa, #Transcomahue y #Cammesa. El link externo que invita a los usuarios a escuchar la radio online no está acortado.

Emojis: silueta de persona hablando, una computadora (antes del link), y un celular (antes de que aparezca el número).

La foto utilizada como recurso multimedia es distinta a la de Facebook y la web.



La segunda publicación surgió apenas finalizada la entrevista y agrega otra información, una parte de lo que sostuvo Salazar en la nota. No hay links.

Hashtags: #LU19Informa, #LaVueltaACasa, #Transcomahue y #Transener.

Hay un solo emoji, y es una silueta de persona hablando.

La foto es la misma de Facebook y la página web.



Ya la tercera publicación fue bastante posterior a la finalización del programa, y el texto no es más que el título del artículo web. No hay alguna información extra que complemente la publicación. El link externo aparece a través del acortador dlvr.it. No hay etiquetas ni emojis. La foto es la misma que se utilizó en Facebook y la web.



4) Esta publicación se realizó mientras el entrevistado estaba al aire. El texto contiene una de las primeras frases importantes que arrojó Iribarren sobre los trabajos que llevaron a cabo durante el apagón. No hay links, y las menciones a Iribarren y Defensa Civil con función de etiqueta se realizaron “dentro” de la publicación, no aparecen en el texto explícitamente.

Hashtags: #LU19Informa #LaVueltaACasa #Aire #Apagón

El emoji es una silueta de persona hablando.



Durante esta jornada no hubo actividad en Instagram ni Youtube.

Por lo que vimos durante el recorrido, podemos decir que la entrevista con mayor utilización de recursos multimedia e hipertextuales fue la de Néstor Salazar (1), que tuvo un desarrollo descriptivo en la web, y un tratamiento particular en las redes, donde se aprovecharon recursos y potencialidades de las mismas. Esto no quiere decir que hubo expansión en la narrativa periodística; sí hablamos de adaptación de una plataforma a otra, ya que en cada publicación no se agregó información nueva sobre la noticia, sino que el texto citaba lo que iba diciendo el entrevistado en vivo. La raíz de la información seguía siendo la radio. En todo caso, se utilizaron las potencialidades de Twitter para seleccionar las frases más importantes en el momento. Tanto en esta red como en Facebook, se dio uso de hashtags (interactividad selectiva), fotos (multimedia) y links para ingresar a la web (hipertexto), pero esto no significó agregar datos nuevos.

Más allá de este caso, también vemos ejemplos de adaptación de información desde la web a las redes. Por ejemplo, la noticia sobre la caída del cielo raso en el Portal de la Patagonia, donde sólo se compartió en Facebook el link con acceso a la nota. Esta primera jornada de análisis tuvo una circulación poco sistemática de la información entre las distintas plataformas.

Entrevistas realizadas en radio el martes 18 de junio

1) Felipe Vallejos, Director de Protección Ciudadana de la Municipalidad de Cipolletti. El diálogo hizo foco en un choque en ruta 151 entre un camión y un auto. Este hecho fue tomado como la noticia más relevante a publicar en el artículo web, aunque también se lo entrevistó a Vallejos por la asistencia a vecinos durante el temporal que azotaba la región. Temática: Policial. Recorte geográfico: Local.

2) Alejandro “Trueno” Fernández”, candidato a Intendente por Allen por el partido justicialista, habló sobre la campaña que estaban llevando a cabo recorriendo los barrios, pensando en las elecciones del próximo domingo. Temática: Política. Recorte geográfico: Regional.

3) Gabriela Lapuente, Jueza de Paz de Cipolletti. Se refirió al caso de una chica que demandó a Aerolíneas Argentinas luego de que le suspendieran su vuelo y no pueda asistir al Encuentro de Mujeres de 2017 en Chaco. Temática: Sociedad. Recorte geográfico: Local.

4) Fabián Bellamore, arquitecto, candidato a concejal por Juntos Somos Río Negro en Cipolletti. En la entrevista apuntan a la regularización de las tomas en la ciudad como uno de los ejes de campaña para las elecciones del próximo domingo. Temática: Política. Recorte geográfico: Local.

La portada de la web ofrece un caso similar al de la jornada anterior: las últimas notas subidas sobre el cierre del día están en la parte superior del sitio, mientras que se destaca una de ellas con un mismo formato, pero con la imagen aumentada.



NOTICIAS: Pasa en la región



Uso del sitio de noticias web:

1) Categorías: “Destacamos”, “Río Negro”. Ingresando al artículo, podemos ver que no tiene foto. El único recurso multimedia que ofrece es un audio que contiene la entrevista completa.

En cuanto al texto, es de extensión corta. Hay una sola cita textual de lo que dijo Vallejos al aire, hay escaso uso de negrita, y no hay links. Tampoco tiene citas textuales destacadas, a las que nos referimos cuando tienen una tipografía más grande.

Inicio > Destacamos > Siniestro vial entre un camión y un auto en ruta 151

Destacamos RÍO NEGRO

Siniestro vial entre un camión y un auto en ruta 151

Compartir esto vía



Felipe Vallejos del área de Protección Civil de Cipolletti, en diálogo con la radio indicó sobre las distintas actividades que llevan adelante asistiendo a los vecinos por las fuertes ráfagas en la región. **A su vez también comento sobre el siniestro vial sobre la ruta 151 en la intersección con la calle Mariano Moreno.**

«Un camión con un carretón impacto con un vehículo. Los ocupantes del auto fueron trasladados con heridas al hospital. El hecho ocurrió aproximadamente a las 18 hs.»

Según informó Vallejos el camión transitaba por ruta 151 y el tránsito quedó interrumpido y siendo desviadas por el derivador paralelo a la ruta para aquellos que van sentido hacia Cinco Saltos.

En cuanto al temporal indicó que han tenido pocas intervenciones.



2) Categorías: “Destacamos”, “Río Negro”. El patrón de recursos multimedia se repite al anterior: No hay foto y hay audio con entrevista completa. El texto es de extensión corta, y cuenta con 4 citas textuales, además que la tipografía en negrita resalta lo más importante. No hay profundización del hipertexto con links internos ni externos.



Inicio > Destacamos > «Nosotros contemplamos todos los barrios dentro del Concejo Deliberante.»

Destacamos RIO NEGRO

«Nosotros contemplamos todos los barrios dentro del Concejo Deliberante.»

Compartir esto vía



En Allen hay diez candidaturas, entre ellas la del Partido Justicialista encabezada por **Alejandro Trueno Fernández** quien habló sobre la campaña política. «Vamos escuchando a los vecinos y dando a conocer nuestras propuestas, entre ellas la regularización de las Juntas Vecinales».

«Nosotros contemplamos todos los barrios dentro del Concejo Deliberante.»

Sostuvo que tienen candidatos de cada uno de los sectores de la ciudad, destacó que empezó militando con Sabina Costa y que en el presente va como candidato por pedido de los compañeros.

Alejandro Fernández, fue candidato a concejal en el 2011, pero siempre se dedicó al comercio. «Tenemos acompañamiento del partido justicialista, y del presidente Martín Soria».

«Al haber tantos candidatos, el vecino se va a encontrar muchas boletas y seguramente será muy chocante».



3) Categorías: “Destacamos”, “Río Negro”. Mismo uso de recursos multimedia: sin foto, y presencia de audio con nota completa. Con anterioridad al audio adjunto, se expresa “Escuchá la nota completa realizada en La Vuelta a Casa (...)”. El texto es de extensión corta, y contiene citas textuales y negrita. Una de las citas está resaltada en celeste después de la bajada, y con una tipografía más grande, distinguiendo más esas palabras específicas de Lapuente. No hay links.

Inicio > Destacamos > Noticias > Escuchá las noticias de radio en formato de audio y de video

Destacamos RÍO NEGRO

Crecen las denuncias de consumidores de bienes y de servicios

Compartir esto via



La jueza Gabriela Lapuente, en diálogo con la radio destacó que los reclamos van en aumento y se refirió al caso de la joven cipoleña a quien le suspendieron el vuelo, no pudo ir al Encuentro de Mujeres y le pagarán 19 mil pesos.

«SIEMPRE HAY QUE RECLAMAR, EL NO YA LO TENEMOS»

La joven de Cipolletti quién tenía previsto asistir al Encuentro Nacional de Mujeres que se realizó el 2017 en Resistencia, Chaco, no pudo tomar el avión debido a las medidas de fuerza del personal de Aerolíneas Argentinas. Después de iniciar el reclamo, la jueza Gabriela Lapuente condenó a la compañía a pagarle \$19 mil más intereses por los daños ocasionados.

«Se le devolvió el valor del boleto, la estadía que había reservado y la pena por no haber asistido al evento. Seguramente Aerolíneas apelará esta medida».

También destacó que va en aumento las denuncias de consumidores de bienes y de servicios. «Mucho tiene que ver los medios que difunden este tipo de denuncias. A veces nos cuesta reclamar y hacer valer nuestros derechos, pero a medida que uno va tomando conciencia van denunciando más».

Escuchá la nota completa realizada en LA VUELTA A CASA por LU19 AM 690



4) Categorías: “Destacamos”, “Río Negro”. En este caso sí podemos ver el uso de una fotografía del entrevistado como recurso multimedia. Está presente el audio con la entrevista completa. En cuanto al texto, es de extensión corta. El uso de negrita sólo existe en la bajada. La otra parte del cuerpo del artículo sólo son citas textuales, de manera que resume tal cual parte de lo que dijo el entrevistado, sin sumar algo nuevo. No hay links.

Inicio > Destacamos > «No creemos que regularizar los asentamientos sea utópico»

Destacamos RIO NEGRO

«No creemos que regularizar los asentamientos sea utópico»

Compartir esto vía

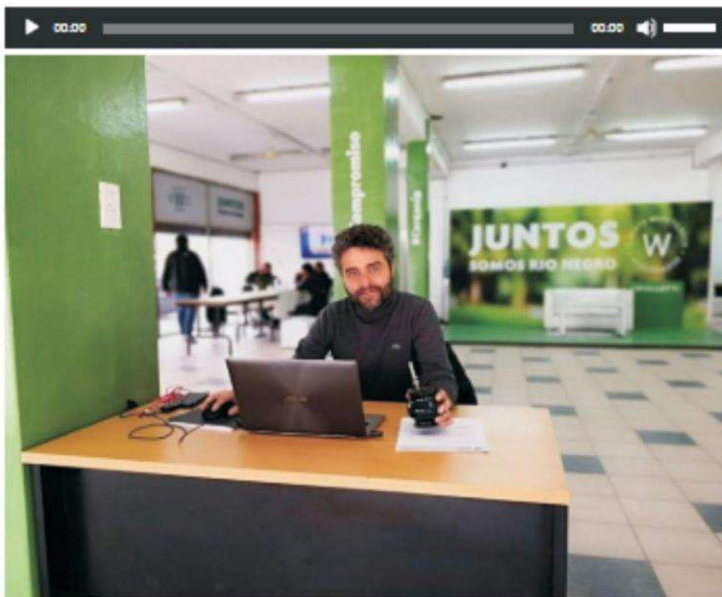


El candidato a concejal Fabian Bellamore por Juntos por Río Negro, en diálogo con la radio, se refirió a las tomas en Cipolletti.

«En principio nuestra propuesta es hacemos cargo del problema, y empezar a trabajar en función de algo que en algún momento se había trabajado, pero luego se interrumpió, como hacer proyectos de acceso a la tierra».

«La situación es muy grave, y hay que estudiar cada caso en particular, pero son todos atendibles.» «Hay que tener la intención de gestionar ante la provincia y Nación para que se puedan regularizar.»

Escuchá la nota realizada en LA VUELTA A CASA por LU19 AM 690



Uso de Facebook:

1) El texto sólo presenta al entrevistado. Antes del link sin acotar, se indica con “[AUDIO]” que está la entrevista disponible para escuchar dentro del artículo web. Hashtag: #LU19Informa.

La foto que aparece es la miniatura del artículo web. Este caso no contiene emojis.


LU 19 AM 690
 1 hora · 🌐

#LU19Informa | Felipe Vallejos del área de Protección Civil de Cipolletti contó los detalles
 [AUDIO]
<http://lu19.com.ar/.../siniestro-vial-entre-un-camion-y-un-a.../>



LU19.COM.AR
Siniestro vial entre un camión y un auto en ruta 151
 Felipe Vallejos del área de Protección Civil de Cipolletti, en diálogo con la...

 6 1 comentario 2 veces compartida

2) En el texto se menciona al entrevistado Alejandro Trueno Fernández como recurso hipertextual, ya que se puede profundizar información ingresando al perfil del candidato. Aporta información nueva porque expresa que son 10 las listas que se presentan. Hashtags: #LU19Informa, #Allen. Se indica [AUDIO] antes del link sin acortar. No hay emojis, y la foto es la miniatura del artículo web (la misma que Twitter).


LU 19 AM 690
 1 hora · 🌐

#LU19Informa | En #Allen hay diez candidaturas, entre ellas la del Partido Justicialista encabezada por Alejandro Trueno Fernandez quien habló sobre la campaña política.
 [AUDIO] <http://lu19.com.ar/.../nosotros-contemplamos-todos-los-barri.../>



LU19.COM.AR
«Nosotros contemplamos todos los barrios dentro del Concejo Deliberante.»

 Me gusta  Comentar  Compartir 

3) El texto resume la noticia, por lo que es más extenso que publicaciones anteriores. También indica [AUDIO] antes del link sin acortar. Hashtag: #LU19Informa.

No hay emojis, y la imagen es la miniatura del artículo.

LU19 AM690 LU 19 AM 690 1 hora · 🌐

#LU19Informa | La jueza Gabriela Lapuente, en diálogo con la radio destacó que los reclamos van en aumento y señaló el caso de la joven cipoleña a quien le suspendieron el vuelo, no pudo ir al Encuentro de Mujeres y le pagarán 19 mil pesos.
[AUDIO] <http://lu19.com.ar/.../crecen-las-denuncias-de-consumidores-.../>



LU19.COM.AR
Crecen las denuncias de consumidores de bienes y de servicios
La jueza Gabriela Lapuente, en diálogo con la radio destacó que los reclamos van en aumento y se refirió al caso de la joven cipoleña a quien le...

Me gusta Comentar Compartir

4) El texto indica de qué se trata el artículo. Por otro lado, señala [AUDIO] antes del link sin acortar. En este caso se menciona al concejal Fabián Sergio Bellamore como recurso hipertextual. Tiene continuidad el hashtag: #LU19Informa.

No hay emojis, y la imagen es la miniatura del artículo web.

LU19 AM690 LU 19 AM 690 1 hora · 🌐

#LU19Informa | El candidato a concejal Fabian Sergio Bellamore por Juntos por Rio Negro, en diálogo con la radio, se refirió a las tomas en Cipolletti.
[AUDIO] <http://lu19.com.ar/.../no-creemos-que-regularizar-los-asenta.../>



LU19.COM.AR
«No creemos que regularizar los asentamientos sea utópico»
El candidato a concejal Fabian Bellamore por Juntos por Rio Negro, en...

1 3 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Uso de Twitter:

El detalle que se presenta en este caso es que el uso de Twitter fue realizándose en directo, mientras el programa estaba al aire. Es decir, que cada vez que un entrevistado salía al aire, se lo mencionaba con una publicación. No hubo un posteo hecho luego del programa, como sí vimos en la jornada anterior.

* El primer 'tuit' anuncia el inicio de la emisión en vivo, donde el uso de los recursos que ofrece Twitter es variado: hay imagen (una foto propia del micrófono de LU19), hashtag con el nombre del programa (#LaVueltaACasa), emojis (un micrófono, dos dedos índice, un mouse, un celular) y se etiqueta al perfil de la radio (@LU19AM690), y a los conductores Mario Favole (@mariofavole) y Marcela Hernández (@MAH75). Además, se ofrece el link externo para que los usuarios escuchen la radio online, y se los invita a participar a través de Whatsapp.



1) Texto: Anuncia la entrevista que se realiza en ese momento y un breve resumen de la noticia, con cita textual. Hashtags: #LU19Informa, #LaVueltaACasa y #Aire. No hay links.

El único emoji que se utiliza es el de una silueta hablando, lo que indica que se trata de una entrevista. La foto es la misma que la miniatura del artículo web, por ende la misma que aparece en Facebook.



2) Texto: A diferencia del tuit anterior, sólo se presenta al entrevistado. Se utilizan los mismos hashtags, aunque se agrega #Allen. No hay links en uso.

La foto vuelve a ser la misma que la miniatura del artículo y la utilizada en Facebook. También reaparece el mismo emoji del caso anterior.



3) Texto: En este caso, además de presentar a la entrevistada, el tuit destaca información importante aportada por Lapuente y una cita textual. Se utilizan los mismos hashtags que las primeras publicaciones: #LU19Informa, #LaVueltaACasa y #Aire. No hay links.

La foto vuelve a ser la misma que la miniatura del artículo y la utilizada en Facebook. Se repite el emoji de la silueta hablando.



4) En este caso el texto presenta al entrevistado y la temática de la entrevista. Se utilizan los mismos hashtags que las primeras publicaciones: #LU19Informa, #LaVueltaACasa y #Aire, pero se agregan #concejal y #elecciones. No hay links, aunque como otro elemento hipertextual se menciona o “arroba” el perfil del partido Juntos Somos Río Negro.

La foto es distinta a la utilizada en Facebook y web. Se repite el emoji de la silueta hablando.



Consideraciones del martes 18/06

Durante esta jornada, no hubo actividad en Instagram ni Youtube. Los 4 contenidos fueron tratados, durante este día en particular, siguiendo un patrón similar en cuanto a cantidad de publicaciones, temporalidad (los tuits fueron generados durante las entrevistas, mientras que los posteos de Facebook se generaron después), y circulación: De la radio como medio base a Twitter, después al sitio de noticias web, y luego a Facebook.

En todos los casos, vimos una tendencia a la adaptación, ya que la información fue tratada en cada plataforma respetando el lenguaje de cada una, pero no hubo una narrativa que amplíe la información con datos nuevos, o recursos multimedia e hipertextuales que escapen al contenido generado en la radio como medio base.

En la comparación entre Twitter y Facebook, vemos que la primera red utiliza elementos de la web de forma más completa que la segunda: en el inicio del programa se busca la interacción con el público a través de Whatsapp, se utilizan citas de los entrevistados, etiquetas y emojis, además de fotografías.

Entrevistas realizadas en radio el miércoles 19/06

1) El móvil a cargo de Miguel Ángel Parra fue una noticia de último momento que estuvo presente en las demás plataformas: un cuerpo fue hallado en el predio del hospital de Cipolletti. Durante la salida del móvil, el periodista realizó una descripción detallada de la situación. La fiscal a cargo del caso salió al aire unos pocos segundos, ya que estaba realizando su trabajo en el lugar, y luego fue citada tanto en las redes como en el artículo web. Temática: Policial. Recorte geográfico: Local.

2) Entrevista a Christian Buteler, analista financiero, inversor, economista. El diálogo se realizó en torno a los últimos datos sobre inflación arrojados por INDEC. Temática: Economía. Recorte geográfico: Nacional.

3) Matías Tonino, gerente de Juego de Lotería de Río Negro, sobre la kermese familiar organizada por la Provincia para el próximo jueves 20 de junio. Temática: Cultural. Recorte geográfico: Local.

4) Laura Perilli, titular de la Mesa de Enlace del Consejo Federal de Inversión. Habló sobre las problemáticas del tránsito en la ciudad. Temática: Sociedad. Recorte geográfico: Local.

Uso del sitio de noticias web:

1) Categorías: “Destacamos”, “Río Negro”.

El texto es de extensión corta. Hay escaso uso de negrita, y las dos citas textuales ocupan la mayor parte del cuerpo de la noticia. La cita resaltada en negrita corresponde a la fiscal a cargo del caso, quien salió unos segundos al aire consultada por el periodista Parra. No hay links internos ni externos dentro del cuerpo de la noticia.

El artículo tiene como recursos multimedia una foto y el audio disponible con el móvil completo.

Inicio > Destacamos > Documentos en proceso en el predio del hospital de Cipolletti

Destacamos RÍO NEGRO

Encontraron un cuerpo en el predio del hospital de Cipolletti

Compartir esto vía



El hecho ocurrió cuando operarios trabajaban con unas máquinas en el lugar. De inmediato llamaron a la policía quien se acercó al lugar y constató que se trataba de un hombre que por el momento se desconoce su identidad.

En el lugar trabajaban personal de criminalística, policía de la Unidad 24, Protección Civil, y la fiscal a cargo Rita Lucía. En diálogo con la radio el periodista Miguel Angel Parra brindó mas detalles a la radio.

«Fue encontrado cuando máquinas del municipio trabejaban del lugar, esto ocurrió entre las 17:30 y 18:00 hs.»



2) Categorías: “Destacamos”, “Río Negro”.

El texto es de extensión media. No hay uso de negrita, ni de links. La nota contiene citas textuales. El único recurso multimedia es el audio con la entrevista completa.

AMIGO PORTADA NOTICIAS ESCUCHAR SERVICIOS DEPORTE CULTURA TURISMO

Destacamos RÍO NEGRO

Una familia necesita más de 30 mil pesos para no ser pobre en Argentina

Compartir esto vía

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos aseguró que una familia de cuatro miembros en el Gran Buenos Aires necesitó durante mayo contar con un ingreso de 30.337,84 pesos para cubrir el costo de la Canasta Básica Total (CBT) y evitar así caer en la pobreza.

En el caso de una familia compuesta por cinco integrantes, el límite para no ser pobre es de 31.908,73 pesos, mientras que en el caso de una de tres, es de 24.152,45 pesos. «Esto sin tener en cuenta gastos por alquiler y servicios», comentó el analista económico Christian Buteler a LU19 AM 690, «no incluye educación, ni impuestos, solo alimentos».

«El año 2019 por bastante tiempo va a tener malas noticias», en referencia a las consecuencias económicas del año pasado.



Hoy ni dos salarios mínimos pueden superar la línea de pobreza. Cabe recordar que el Salario Mínimo Vital y Móvil está hoy en 12.500 pesos, tal como definió el Consejo del Salario en agosto del año pasado en el Ministerio de Trabajo.

La canasta básica alimentaria (CBA) se determinó tomando en cuenta los requerimientos normativos kilocalóricos y proteicos imprescindibles para que un varón adulto, de entre 30 y 60 años, de actividad moderada, cubra durante un mes esas necesidades. Se seleccionaron los alimentos y las cantidades en función de los hábitos de consumo de la población a partir de la información provista por la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHo).

Por otro lado, informa el INDEC, una familia compuesta por cuatro miembros necesitó, en el mes de mayo, de 12.086,78 pesos para no caer bajo la línea de indigencia.

Compartir  Facebook  Twitter  G+  Pinterest  Me gusta 2  Tweet



AHORA EL JUEGO
LA ANDESTINO ES
DELITO

CON PENAS DE 3 A 6 AÑOS DE PRISION
Ley 27.346 Art.301bis

DENUNCIALO ANONIMAMENTE
0800 9991831



SUSCRIBIRSE!

3) Categorías: “Destacamos”, “Río Negro”, “Cultura”.

El artículo se asemeja más a un comunicado o publicación de redes sociales, porque por ejemplo, por primera vez aparecen emojis en el cuerpo de la nota. Es de extensión corta (un párrafo), y el uso de negrita sólo indica quién fue el entrevistado. No hay citas ni links.

El recurso multimedia de la fotografía no está, y sí se presenta el audio con la entrevista completa.

Inicio > Cultura > Gran kermese familiar en Cipolletti

Cultura Destacamos RIO NEGRO

Gran kermese familiar en Cipolletti

Compartir esto via



Este jueves 20 de junio Gran Kermese familiar organizada por Lotería de Río Negro en la ciudad de Cipolletti. Con entrada gratuita los que quieran participar podrán hacerlo en las instalaciones del Club San Martín, ubicadas en Manuel Estrada 734, a partir de la hora 15.00.

Matias Tonino, gerente de Juego de Lotería de Río Negro se refirió a la actividad en LU19



- Juegos
- Merienda Criolla
- Sorteos
- Baile y mucha diversión



4) Categorías: “Destacamos”, “Noticias”.

El texto es de extensión corta. Hay escaso uso de negrita, y se visualizan citas textuales. No se utilizan links.

Éste artículo no tiene fotos, y repite el patrón de adjuntar el audio con entrevista completa como único recurso multimedia.

Inicio > Destacamos > Proponen nuevos accesos para un tránsito más seguro en Cipolletti

[Destacamos](#)
[NOTICIAS](#)
[RIO NEGRO](#)

Proponen nuevos accesos para un tránsito más seguro en Cipolletti

Compartir esto vía



Laura Perilli, titular de la Mesa de Enlace con el CFI – Concejo Federal de Inversión- señaló la importancia de tratar estos temas. «Esto es un tema que me alegra que sea un motivo de debate en la campaña entre los candidatos a intendente en Cipolletti.»

«Yo creo que no se ha tomado una verdadera dimensión de lo que significa este embudo de entrada a la ciudad. Sobre todo el sector de Cipolletti tenemos la misma ruta que el año 60. No hay que pensar mucho, pero si creemos que hace tiempo que la ciudad no es planificada en término de lo que necesita.»

Perilli se refirió además al área de la Circunvalación, que fue pensada como límite y ahora tiene cruces transversales.

Escuchá la nota realizada en LA VUELTA A CASA por LU19 AM 690



Artículo anterior:

[Gran kermese familiar en Cipolletti](#)

Artículo siguiente

[Una familia necesita más de 30 mil pesos para no ser pobre en Argentina](#)



Uso de Facebook:

Durante esta edición la única publicación que se realizó por fuera de las entrevistas radiales estuvo relacionada al deporte: se trata del Mundial de Fútbol Femenino. Se brindaron detalles de la participación de la Selección Argentina, con la información necesaria para estar al tanto sobre qué necesitaba el equipo para pasar de ronda. Hay dos emojis de pelotas de fútbol, y la tabla de posiciones es una imagen capturada de la página web www.promiedos.com.ar



1) Se realizaron tres publicaciones que tratan esta misma noticia.

* La primera se hizo mientras el móvil a cargo de Miguel Parra estaba al aire, casi de manera espontánea, apenas apenas comenzó a brindarse esta información en la radio. El texto es muy resumido y da a entender que la noticia está en desarrollo. Se etiqueta al perfil del periodista. No hay emojis, links, ni fotos. Los hashtags utilizados son: #AIRE, #LaVueltaACasa y #Cipolletti.



* La segunda se realizó unos minutos después, ya con una foto propia complementando la información. El texto es similar al anterior, sumándose el hashtag #Atención y el link externo que permite ir a la web para escuchar la radio online. Se etiqueta nuevamente a Miguel Parra. No hay emojis.



* La tercera publicación sobre esta noticia es posterior, y agrega “Reiteramos”, en mayúsculas y negrita, junto a un emoji de círculo rojo. Estos dos recursos con la intención de resaltar la importancia y lo reciente de la información. El texto es distinto a las publicaciones anteriores, ya que agrega cuándo se halló el cuerpo. Se etiqueta nuevamente a Parra como recurso hipertextual, junto al emoji de mano señalando, que resalta “[AUDIO]” y el posterior link (sin acotar) con el artículo web ya armado. El ingreso presenta como miniatura la misma imagen propia utilizada en el posteo anterior.

LU19 LU 19 AM 690
Ayer a las 18:41 · 🌐

REITERAMOS | El hecho ocurrió cuando operarios trabajaban con unas máquinas en el lugar.
🔊 Escuchá a Miguel Angel Parra [AUDIO]
<http://lu19.com.ar/.../encontraron-un-cuerpo-en-el-predio-de.../>



LU19.COM.AR
Encontraron un cuerpo en el predio del hospital de Cipolletti
El hecho ocurrió cuando operarios trabajaban con unas máquinas en el...

👹 42 2 comentarios 53 veces compartida

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 👤

Más relevantes ▾

 Escribe un comentario... 🗨️ 📺 🗑️

 **Azucena Muñoz** POBRE CHICO MIS CONOLENCIA A LA FAMILIA
Me gusta · Responder · 19 h

 Doris Fernández

2) El texto es similar a una bajada, no aporta mucho. No hay links, ni emojis. Los hashtags son: #LU19Informa, #indec. La imagen es una miniatura para ingresar al artículo.


LU 19 AM 690
 20 horas · 🌐

#LU19Informa | Según datos del #indec sin contar alquiler e impuestos necesita más de 30 mil pesos para no caer en la indigencia



LU19.COM.AR
Una familia necesita más de 30 mil pesos para no ser pobre en Argentina

Me gusta Comentar Compartir

3) Publicación posterior. El texto, más allá de que aporta información, no tiene sentido periodístico, porque se asemeja más a una promoción o publicidad. El hashtag que se utiliza sigue siendo #LU19Informa, y un emoji de mano señalando. La imagen que se adjunta es la miniatura para ingresar al artículo web.


LU 19 AM 690
 20 horas · 🌐

#LU19Informa | 🖱️ Jueves 20 de junio en el Club San Martín (Manuel Estrada 734) a partir de la hora 15.00. No te lo pierdas!



LU19.COM.AR
Gran kermesse familiar en Cipolletti
 Este jueves 20 de junio Gran Kermesse familiar organizada por Lotería de...

3 1 vez compartido

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

4) En el texto simplemente se menciona la entrevistada en cuestión. No hay links. Hashtag: #LU19Informa. La imagen adjunta es la que permite el ingreso al artículo web.



Uso de Twitter:

Ésta plataforma estuvo centrada en la noticia sobre el cuerpo hallado en el predio del hospital cipoleño, ya que fue una información de último momento a la que le dieron relevancia.

1) Se hicieron cuatro publicaciones al respecto, con el objetivo de aprovechar el uso periodístico que generalmente tiene Twitter.

* El primer posteo se hizo apenas iniciado el programa, mientras estaba el móvil de Miguel Parra al aire, con la información de último momento. Del mismo modo en que se redactó el texto en Facebook, es muy resumido y da a entender que la noticia está en desarrollo. Se menciona al perfil del periodista Miguel Parra. No hay emojis, links, ni fotos. Los hashtags utilizados son: #AIRE, #LaVueltaACasa y #Cipolletti.



* El segundo posteo tiene un texto parecido a la segunda publicación de Facebook. Se brinda un resumen de la noticia y una cita textual de Miguel Parra, quien estaba al aire en el momento. Hashtags: #Atención y #Cipolletti. Hay un emoji de círculo rojo para resaltar la importancia de la noticia y un emoji de micrófono antes del link para escuchar la radio online.

El recurso multimedia utilizado es una foto propia, que también se publicó en Facebook y en el artículo web.



* El tercer tuit resalta en negrita y mayúsculas REITERAMOS, como en el posteo de Facebook. En este caso se agrega algo más de información incluso con palabras de la fiscal a cargo Rita Lucía, quien salió al aire apenas unos segundos. Hashtag utilizado: #Cipolletti. Se utilizó el emoji de círculo rojo, tal como lo hicieron en Facebook, con el objetivo de realzar la importancia y lo reciente de la noticia. No hay links, y la foto utilizada es la misma que la publicación anterior.



* El cuarto tuit se realizó después de finalizado el programa, con link acortado a través de dlvr.it. El texto es simplemente el título de la nota. No hay ningún otro recurso utilizado, salvo la foto utilizada en los dos posteos anteriores.



2) El texto resume la temática de la entrevista que estaba saliendo en simultáneo al aire durante el programa: se etiqueta o "arroba" al entrevistado y se brinda la justificación del diálogo. Hashtags: #LU19Informa y #LaVueltaACasa. No hay links. Se utilizó el recurso multimedia de la fotografía.



Las entrevistas a Matías Torino y Laura Perilli (3 y 4 respectivamente) no tuvieron posteos en Twitter.

Consideraciones del miércoles 19/06

Durante esta edición de “La Vuelta a Casa”, no se utilizaron los perfiles de Instagram ni Youtube.

En esta jornada, la información que tuvo mayor amplitud en cuanto a tratamiento periodístico multiplataforma, fue la relacionada al cuerpo hallado en Cipolletti. La primicia se anunció tanto en la radio a través del móvil como en Facebook y Twitter. Lo que se debe destacar de su narrativa periodística fue que la foto obtenida fue capturada por el propio movilero Miguel Parra, y que se postearon distintos avances de información en diferentes momentos, aprovechando ciertas potencialidades que ofrecen las plataformas digitales. **Éste es el primer caso de expansión periodística que encontramos en el análisis, porque la noticia podía seguirse momento a momento en cualquiera de las plataformas que usó el medio para desarrollar la historia.** Tengamos en cuenta que, como sostuvimos en el marco teórico, la transmedialización sucede cuando una narración se desarrolla en diferentes soportes, donde se respetan los lenguajes de cada uno, y se realizan aportes nuevos de información sobre el hecho.

Los demás contenidos fueron tratados de una forma no muy distinta a lo que venimos analizando, con dominio de la tendencia a la adaptación.

Entrevistas realizadas en radio el jueves 20/06

En esta edición de La Vuelta a Casa la conducción fue llevada a cabo por Marcela Hernández, por la ausencia de Mario Favole.

1) El fiscal Gustavo Herrera habló sobre el cuerpo encontrado en el predio del hospital de Cipolletti en la jornada anterior, y brindó avances de la investigación. De esta forma se le dio continuidad a la noticia del día anterior. Temática: Policial. Recorte geográfico: Local.

2) Marcela Linhardo anunció al aire el horario del cierre de campaña del PRO pensando en las elecciones del próximo domingo. Luego de finalizado el programa, se entrevistó a Aníbal Tortoriello sobre el mismo tema durante un móvil, y ambos testimonios se utilizaron para redactar el artículo web que trató esta misma noticia. Temática: Política. Recorte geográfico: Local.

3) María Inés Epulef, directora de la Escuela Provincial de Folklore, fue entrevistada sobre los Encuentros Culturales Rionegrinos. Temática: Cultural. Recorte geográfico: Local.

4) Ésta entrevista se realizó en el estudio mismo de la radio: Liliana Martín, candidata a intendente de Allen, habló sobre la campaña para las elecciones del domingo siguiente. Temática: Política. Recorte geográfico: Regional.

5) Entrevista a Ignacio Luna, director de Deportes de Cinco Saltos, sobre el II Congreso de Turismo, Deporte y Salud. Temática: Cultural. Recorte geográfico: Regional.

Uso del sitio de noticias web:

1) Categorías: “Destacamos”, “RÍO NEGRO”.

El cuerpo del texto es extenso. El uso de negrita es escaso, ya que lo utilizaron sólo para dar nombres tanto del fiscal como de la persona hallada sin vida. Las dos citas textuales de Herrera son las que prácticamente resumen toda la noticia. No hay uso de hipertexto como links intersticiales, internos o externos, y la información fue complementada con un comunicado textual del Ministerio Público Fiscal.

El único recurso multimedia empleado es un audio adjunto con la entrevista completa.

El cuerpo hallado en Cipolletti no tenía heridas de arma blanca ni de fuego

Compartir esto vía



En diálogo con la radio el Fiscal **Gustavo Herrera** informó sobre los resultados preliminares de la autopsia del cuerpo hallado en Cipolletti. «El procedimiento es muy complejo, comienza con un examen exterior en el que no se encontró heridas ni de arma blanca ni de arma de fuego» sostuvo.

«Anoche mismo logramos identificar el cuerpo, se trata de un joven, **Agustín Sanhueza de 18 años de edad.**»



COMUNICADO DEL MINISTERIO PÚBLICO FISCAL

El Ministerio Público Fiscal informa que del informe preliminar de autopsia realizado por los médicos del Cuerpo de Investigación Forenses no surgió la presencia de lesiones externas, ni internas que permitan sospechar que se trató de una muerte violenta o traumática.

Del trabajo realizado ayer en el lugar del hallazgo tampoco se hallaron elementos de criminalidad que supongan la intervención de terceras personas en la muerte del joven, ni que el cuerpo halla sido trasladado hasta ese lugar.

Para intentar determinar con certeza los motivos de la muerte se están evaluando distintas medidas que podrían incluir análisis de tipo histopatológicos y toxicológicos.

El cuerpo de A. S. fue hallado por trabajadores que realizaban una obra en inmediaciones del hospital de Cipolletti en una zona donde se procedía con las tareas de nivelación de terrenos.

Según indicaron testigos, el adolescentes habria sido observado por la mañana caminando sobre los montículos de tierra ubicados en el lugar.

Trabajaron en el caso la fiscal en turno, Rita Lucía, el fiscal jefe, Gustavo Herrera, profesionales del Cuerpo de Investigación Forense y personal policial del Gabinete de Criminalística y de la Comisaría 24ª de Cipolletti.



2) Categorías: “Destacamos”, “NOTICIAS”, “RÍO NEGRO”.

Como se apuntó anteriormente, en este artículo se utilizaron dos audios completos de entrevistas que se realizaron en distintos programas. En la edición de La Vuelta A Casa la conductora charló con Marcela Linhardo, y en el programa siguiente salió al aire Aníbal Tortoriello. Los dos funcionarios comentaron detalles sobre el acto de cierre de campaña, y se redactó un solo artículo web con información complementada ya que aparecen ambos testimonios.

Otros recursos multimedia empleados fueron una foto propia del intendente, y un afiche propagandístico que invitaba a la gente a acercarse al salón del PRO.

En cuanto al texto, es de extensión corta (una bajada y un párrafo). La tipografía en negrita es escasa, ya que sólo menciona a Linharado. No hay links ni citas.

AM990 PORTADA NOTICIAS ESCUCHAR SERVICIOS DEPORTE CULTURA TURISMO

Destacamos NOTICIAS RÍO NEGRO

Anibal Tortoriello cerró su campaña con una asamblea entre vecinos

Compartir esto vía

WhatsApp Facebook Twitter Email Print +

El intendente de Cipolletti, desde el móvil de la radio, se refirió al cierre de la actividad electoral.

00:00 00:00

También en diálogo con la radio la concejal Marcela Linharado habló sobre la asamblea de cierre con los vecinos, donde además tendrán disponible el padrón para todos aquellos que lo requieran.

00:00 00:00

Compartir Facebook Twitter G+ LinkedIn YouTube

3) Categorías: “Destacamos”, “RÍO NEGRO”.

El cuerpo del texto es extenso, ya que tiene más de 8 párrafos. Hay un escaso uso de negrita. La información se complementó con datos ofrecidos por Provincia de Río Negro, tanto en texto como con el afiche promocional del evento. Hay una cita textual de lo que dijo Epulef durante la entrevista en el programa. No hay profundización del hipertexto mediante el uso de links.

Por otro lado, se repite el patrón del audio adjunto con la entrevista completa como única herramienta multimedia.



The screenshot shows a website with a dark navigation bar at the top containing the logo 'AM690' and menu items: PORTADA, NOTICIAS, ESCUCHAR, SERVICIOS, DEPORTE, CULTURA, and TURISMO. The main headline reads 'Hasta el 28 de junio están abiertas las inscripciones para los Encuentros Culturales Rionegrinos'. Below the headline are social media sharing icons for WhatsApp, Facebook, Twitter, Email, and a plus sign. A text block quotes Maria Ines Epulef, director of the Provincial School of Folklore, regarding the cultural encounters. Below this is an audio player with a progress bar at 00:00. A section titled 'Los Encuentros Culturales Rionegrinos se desarrollan en tres etapas:' lists three stages: 'Instancia local', 'Instancia regional', and 'Instancia final provincial'. The sidebar on the right features three banners: a blue banner for 'LA ANONIMA', a poster for 'DELITO' with the text 'AHORA EL JUEGO CLANDESTINO ES CON PENAS DE 3 A 6 AÑOS DE PRISION' and 'DENUNCIALO ANONIMAMENTE 0800 9991831', and a yellow sunburst banner with the text 'Es nuestra!' and a 'SUSCRIBIRSE!' button.

ENCUENTROS CULTURALES RIONEGRINOS

CIPOLLETTI

La **Escuela Provincial de Folklore**
organizará la instancia local

Inscripción abierta hasta el 28 de Junio
en Arenales 250 de Lunes a Viernes de 9 a 20 hs

Para más información:
escuelaprovincialdefolklore@gmail.com
te: 299 4791010

CONOCE EL REGLAMENTO 2019 ingresando a WWW.RIONEGROTUR.GOV.AR

CONTÁ CON NOSOTROS **RN** RÍO NEGRO

Podrán participar en los Encuentros Culturales Rionegrinos jóvenes, de entre 12 y 18 años, que desarrollen actividades culturales dentro de establecimientos educativos de gestión pública o privada, clubes, ONGs, representaciones barriales, escuelas de arte, gremios, academias, etc., que posean sede en la provincia de Río Negro.

Los participantes deberán inscribirse en la disciplina de su interés dentro de las siguientes categorías, de acuerdo a su edad:

- a) Categoría Sub 15 (12 a 15 años). Podrán participar en esta categoría jóvenes, nacidos en los años 2007, 2006, 2005 y 2004 que cumplan los 15 años hasta el 31 de diciembre de 2019.
- b) Categoría Sub 18 (16 a 18 años). Podrán participar en esta categoría jóvenes escolarizados, nacidos en los años 2003, 2002, 2001 que cumplan 18 años hasta el 31 de diciembre de 2019.

Es importante mencionar que en ningún caso se permitirá la participación de personas nacidas fuera de los años especificados.

Las disciplinas para jóvenes son:

GRUPO DE DANZAS
DÚO O PAREJA DE DANZA
SOLISTA INSTRUMENTAL
CANTO SOLISTA
GRUPO MUSICAL
HISTORIETA / HUMOR GRÁFICO
PINTURA
MURAL
VIDEOMINUTO
FOTOGRAFÍA
TEATRO
CUENTO

El programa está destinado personas mayores de 60 años, nacidas hasta el año 1959 inclusive, que residan y desarrollen actividades culturales en la provincia de Río Negro. En ningún caso se permitirá la participación de personas nacidas fuera de los años especificados.

Las disciplinas para Adultos Mayores son:

GRUPO DE DANZA
DÚO O PAREJA DE DANZAS
CANTO CORAL / COLECTIVO
CANTO SOLISTA
SOLISTA INSTRUMENTAL
ARTESANÍAS
POESÍA
CUENTO
TEATRO
PINTURA



4) Categorías: “Destacamos”, “RÍO NEGRO”.

En cuanto al texto, nuevamente hay poco uso de tipografía en negrita. El cuerpo es de extensión corta. Las citas textuales son las destacadas del diálogo. Incluso, el título es palabra exacta de lo que dijo la visita. No hay uso del hipertexto dentro del artículo.

En cuanto a recursos multimedia, podríamos decir que es la publicación que mejor ha aprovechado las potencialidades de la web hasta el momento, ya que encontramos una

fotografía propia sacada dentro de la radio en la visita de Liliana Martín, el audio disponible con la entrevista completa, y también el video completo con la nota en formato audiovisual, subido desde la plataforma Youtube. La transmisión en video fue en directo.

The screenshot shows a website for radio station LU19. At the top, there is a navigation bar with links for PORTADA, NOTICIAS, ESCUCHAR, SERVICIOS, DEPORTE, CULTURA, and TURISMO. The main headline reads: «Tenemos el respaldo de la experiencia, el trabajo y la transparencia fiscal». Below this, there are social media sharing icons for WhatsApp, Facebook, Twitter, Email, and a plus sign for more options. The text of the article states: Liliana Martín es la candidata a Intendente de JSRN en Allen, en diálogo con la radio destacó las propuestas y el desarrollo de la campaña. «Ha sido compleja desde varios lugares, porque diez candidatos no es sencillo. La ciudad está inundada por cartelería, y espero que el compromiso de limpiarla luego se cumpla. «Lo más complicado ha venido de una de las candidaturas, que ha sido muy sucia con muchos insultos, muchos agravios. Pero fuera de ese candidato hemos trabajado en el respeto». Below the text is a photograph of Liliana Martín in a radio studio, sitting at a desk with microphones. Behind her is a banner that says «LA VOZ JUNTO A VOS LU19». To the right of the article, there are three promotional banners. The top one is for «LA ANONIMA». The middle one is a public service announcement for «AHORA EL JUEGO SE ARRESTA ES DELITO» with a phone number «800 9991831» and the logo for «Lotería de Río Negro». The bottom one is a yellow and red banner with the text «Es nuestra!» and a button that says «SUSCRIBIRSE!».

Señaló que el proyecto municipal va de la mano con el proyecto provincial de Juntos Somos Río Negro, con continuidad de la anterior gestión pero con una impronta propia. «Es una tarea difícil, hemos hechos cambios importantes en Allen, y no quisimos abandonar los sueños que nos han trascendido.»

«Venimos con un ritmo de trabajo que nos hace entender que debíamos continuar». Escuchá la nota completa realizada en LA VUELTA A CASA por LU19



5) Categorías: “Descatamos”, “RÍO NEGRO”.

El cuerpo del texto es corto, de una bajada y un párrafo. La tipografía en negrita resalta los datos más importantes. Hay una sola cita textual, anterior al audio adjunto con la entrevista completa. No hay links ni fotografías.

Cultura **RIO NEGRO**

II° Congreso de Turismo, Deporte y Salud en Cinco Saltos

Compartir esto vía



Ignacio Luna, director de Deportes de Cinco Saltos, en diálogo con la radio se refirió al acto inaugural del **II° Congreso de Turismo, Deporte y Salud** que se llevará adelante el **viernes 21 de junio a las 09:30hs en el Cine Teatro Español** (avenida Roca y Don Bosco)

«Este congreso se inicio el año pasado, en el mes de octubre del 2018. Ahora gracias al apoyo de distintas instituciones podemos llevar adelante esta segunda edición.»



Artículo anterior

«Tenemos el respaldo de la experiencia, el trabajo y la transparencia fiscal»

Artículo siguiente

Anibal Tortoriello cerró su campaña con una asamblea entre vecinos

Artículo relacionados

Más del autor



Anibal Tortoriello cerró su campaña



II° Congreso de Turismo, Deporte y



«Tenemos el respaldo de la



Uso de Facebook:

- 1) La publicación es posterior al programa. El texto es escueto y no suma información nueva. Hashtag: #LU19Informa. Se aclara con “[Audio]” que se puede escuchar la entrevista dentro del artículo. No hay links ni emojis. La imagen es la miniatura de la nota.

LU19 LU 19 AM 690
24 min · 🌐

#LU19Informa | El fiscal Gustavo Herrera brindó detalles de la investigación [Audio]



LU19.COM.AR

El cuerpo hallado en Cipolletti no tenía heridas de arma blanca ni de fuego

😬 1 1 vez compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 🌐

2) Se hicieron dos publicaciones sobre esta noticia: una durante y otra después de la emisión del programa.

* En la primera, el texto breve resalta que el móvil está en vivo trabajando. Hashtags: #LU19Informa, #Cipolletti, #Aire y #móvil. Se etiqueta a la página oficial de Aníbal Tortoriello.

Las dos fotos que acompañan son propias, y se suma un afiche promocional del acto.



* En la segunda (publicación posterior al programa), el texto informa que tanto Linhardo como Tortoriello hablaron con la radio. Se repite el enunciado [AUDIO] y el hashtag #LU19Informa como etiqueta. No sólo aparece la miniatura, sino que también el link sin acortar para entrar al artículo.

LU19 AM690 LU 19 AM 690
19 min · 🌐

#LU19Informa | La concejal Marcela Linharado y el intendente Anibal Tortoriello hablaron sobre el cierre de campaña en #LU19
[AUDIO] <http://lu19.com.ar/.../anibal-tortoriello-cierra-su-campana-.../>



LU19.COM.AR
Anibal Tortoriello cerró su campaña con una asamblea entre vecinos

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 👤

3) Publicación posterior. El texto inicia con el único hashtag: #LU19Informa, y continúa con la aclaración [AUDIO], adjunto dentro del artículo web. El texto no sólo presenta a la entrevistada, sino que se repite información aportada por el título de la nota.

En este caso sí se utilizaron emojis: de mano señalando datos y de parlante indicando link sin acortar. La miniatura permite ingresar a la web.

LU19 AM690 LU 19 AM 690
21 min · 🌐

#LU19Informa [AUDIO] Maria Inés Epulef directora de la Escuela Provincial del folclore sobre los Encuentros culturales rionegrinos
👉 La escuela provincial organiza la instancia local. Las inscripciones están abiertas hasta el 28 de junio.
🌐 <http://lu19.com.ar/.../hasta-el-28-de-junio-estan-abiertas-l.../>



LU19.COM.AR
Hasta el 28 de junio están abiertas las inscripciones para los Encuentros Culturales Rionegrinos

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 👤

4) Sobre este contenido se realizaron dos publicaciones. La primera no es más que la presentación de la transmisión en vivo que se hizo en Facebook (anteriormente señalamos que también se transmitió a través de Youtube). No se agrega más información que “LU19 AM en VIVO”.

El segundo posteo fue posterior al programa. El texto indica la causa de la visita de Liliana Martín al estudio. Se señala que ingresando al link el usuario podrá encontrar audio y video. El link no está acortado, y también se puede clicar la miniatura para ingresar al contenido de la web. No hay uso de emojis, sí los hashtags #LU19Informa y #Allen como etiquetas.



5) El texto es la misma bajada del artículo web, por lo que no aporta nada nuevo. Hashtag: #LU19Informa. Nuevamente se aclara el recurso [AUDIO]. No hay links utilizados. El link no está acortado, y también se puede ingresar a la web a través de la miniatura.



Uso de Twitter:

Las entrevistas 2 y 5 no fueron tratadas en esta plataforma en esta ocasión. Apenas iniciado el programa, el primer posteo anunció la salida al aire con el hashtag #LaVueltaACasa. Se etiquetó a la conductora Marcela Hernández, y se utilizó el emoji de micrófono previo al texto, y una mano señalando al link que lleva a los usuarios a escuchar la radio online. En este caso se utilizaron los hashtags #FeriadoNacional y #DíaDeLaBandera, por ser 20 de junio. Además, estos dos anunciados fueron de los más utilizados por el país durante la jornada.

La imagen utilizada es la marca en digital de LU19.



1) Se hicieron 3 publicaciones referidas a esta información, todas con el fin de darle continuidad a la noticia del día anterior, a la que le dieron considerable relevancia.

* La primera fue durante el programa. El texto incluye una cita textual de lo que dijo el fiscal Herrera al aire. Hashtags: #LU19Informa, #LaVueltaACasa y #Cipolletti. No hay emojis ni links. La fotografía es la misma que se utilizó en Facebook.



* La segunda también se realizó durante la entrevista. Se amplía todavía más la información y se aporta otra de las citas textuales importantes del fiscal. Encontramos los mismos hashtags utilizados en la publicación anterior. No hay uso de links ni emojis.

La fotografía utilizada es otra, también sacada por el equipo de la radio.



* El tercer posteo se hizo posterior a la emisión de “La Vuelta A Casa”, con el artículo web sobre esta noticia finalizado, al que se puede acceder a través de la miniatura. En este caso, se cambió la forma de publicación de la nota en Twitter, porque el link externo, acertado o no, ya no aparece explícitamente. Así es como también se adjuntan los artículos en Facebook.

Los hashtags utilizados fueron los mismos que el posteo anterior, salvo que falta #LU19Informa.

Los emojis que se utilizaron son de micrófono y flecha hacia la derecha, ambos antes del texto.



3) El texto simplemente presenta a la entrevistada del momento. Hashtags: #LU19Informa y #LaVueltaACasa. No hay links externos. El emoji que se utilizó es el de silueta de persona hablando.

La imagen que aparece es la de un afiche promocional del evento.



4) Al respecto se hicieron dos publicaciones, ambas durante el desarrollo de la entrevista. En las dos se presenta a la entrevistada, se agregan citas textuales, y se utilizan los hashtags #LU19Informa, #LaVueltaACasa y #Allen, además de que se repite el emoji de silueta hablando asó como también el link “implicito” para ingresar a la emisión en directo en formato

audiovisual. En el primer tuit se menciona o “arroba” a la intendenta de Allen (al momento) Sabina Costa como elemento hipertextual, y se agrega el hashtag #Youtube.



Uso de Instagram:

Sólo se utilizó para mencionar la visita de la candidata a intendente de Allen, Liliana Martín, durante el desarrollo de la entrevista.

El texto de la publicación es muy distinto a la forma en que se venía redactando en las plataformas Facebook y Twitter, por el uso de hashtags particulares sobre todo: #EstásEscuchando, #Allen y #Estudios. De éstas palabras clave solo había sido utilizada #Allen. No hay uso de links externos.

La foto utilizada como elemento multimedia es la misma que se utilizó en la web y en Facebook.



Uso de Youtube:

Durante la emisión de La Vuelta a Casa, se transmitió en directo la entrevista a Liliana Martín a través de Youtube en formato audiovisual, tal como sucedió en Facebook, utilizando la misma cámara. El diálogo está disponible en forma completa.

La presentación en texto simplemente señala “Emisión en directo de LU19 AM690”, sin mencionar sobre qué tema se está hablando o quién es la entrevistada. La descripción, más abajo, cita la canción de Gustavo Cerati que sonaba al principio del video. Esto tiene como objetivo cumplir con la obligación que impone Youtube por derechos de autor que rigen en el uso de la música a través de esta plataforma.

Otro detalle llamativo, es que esta producción en particular está dentro de la categoría “videojuegos”, una de las que ofrece Youtube para subir material.

Emisión en directo de LU19 AM690

36 vistas • Transmitido en vivo el 20 jun. 2019

LU19 AM690
39 suscriptores

SUSCRIBIRSE

Categoría [Videojuegos](#)

La música de este video

Más información

Escucha música sin anuncios con YouTube Premium

Canción [Lago en el Cielo](#)

Artista [Gustavo Cerati](#)

Writers [Gustavo Cerati](#)

Con licencia para YouTube de [SME \(en representación de RCA Records Label\); ASCAP, UNIAO BRASILEIRA DE EDITORAS DE MUSICA - UBEM, LatinAutor - PeerMusic, LatinAutor, Rumblefish \(Publishing\), Peermusic y 9 sociedades de derechos musicales](#)

MOSTRAR MENOS

0 comentarios [ORDENAR POR](#)

[Agrega un comentario público...](#)

Consideraciones del jueves 20/06

En el análisis de esta jornada encontramos ciertas particularidades:

- Se utilizaron todas las plataformas digitales en las que LU 19 tiene perfiles configurados: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube.
- Se le dio continuidad a la noticia sobre el cuerpo hallado en Cipolletti, hecho del día anterior al que se le dio notoria relevancia. Se le dio expansión a la cobertura periodística a esta noticia, ya que ahora se le agregaron más datos sobre el tema no sólo a través de la radio sino también con mayor información en el artículo de sitio de noticias, Facebook, y sobre todo Twitter.
- En el contenido “2” (producido a partir de las entrevistas a Linhardo y Tortoriello) por primera vez dentro del análisis que venimos confeccionando se dio el hecho de **unificación de dos entrevistas realizadas en distintos programas de la radio para**

producir un mismo artículo en el sitio de noticias, que posteriormente fue compartido sólo a través de la adaptación en Facebook.

- **La entrevista a Liliana Martín (contenido “4”) se convierte, hasta acá, en el primer contenido que recorrió todas las plataformas de LU19.** Durante el diálogo, se transmitió en vivo en formato audiovisual a través de Youtube y Facebook, y luego se compartió en esta última red el artículo web redactado. El perfil de Twitter compartió esta emisión en directo junto a frases importantes que dejaba la candidata. Lo mismo ocurrió con Instagram, en la que se adjuntó una fotografía capturada dentro del estudio. En líneas generales, este caso tuvo una expansión narrativa lograda con el recorrido y aprovechamiento de los recursos que brindan cada una de las plataformas digitales trabajadas por la emisora.

Jornada del viernes 21/06

Éste fue un día particular para el equipo de La Vuelta a Casa, porque Daniela Luján no estuvo abocada exclusivamente a la gestión de las redes sociales y la web, sino que se encargó de la cobertura del cierre de campaña del Frente Para la Victoria, previo a la elección en Cipolletti. Para este trabajo, tomó el rol de movilera durante el programa, además de que capturó fotografías del acto y posteó en ciertas plataformas lo que fue sucediendo en el evento.

Entrevistas y móviles que fueron realizados durante el programa:

1) Norma Gómez, directora de Comisiones de Fomento de Río Negro, habló sobre los comicios del domingo siguiente. Temática: Política. Recorte geográfico: Regional.

2) Valeria, una vecina de Isla Jordán de Cipolletti, salió al aire para comentar el incendio que afectó su vivienda y dejó su número de contacto para recibir donaciones. Temática: Sociedad. Recorte geográfico: Local.

3) Hubo móviles enfocados en determinados cierres de campaña para las elecciones a la intendencia en Cipolletti. Como mencionamos anteriormente, Daniela Luján estuvo a cargo del cierre de campaña del Frente Para la Victoria. Por otro lado, Omar Fuentes y Hugo Jara se encargaron de transmitir lo que ocurría en el local partidario de Juntos Somos Río Negro. Durante el acto entrevistaron en vivo a Lucas Picca (Secretario de Trabajo de la Provincia) y Rodrigo Buteler (presidente del partido de gobierno Juntos Somos Río Negro en Cipolletti). Temática de las dos entrevistas: Política. Recorte geográfico de las dos entrevistas: Locales.

Uso del sitio de noticias web:

En el sitio de noticias se publicó un artículo relacionado al diálogo con Norma Gómez, ya que se refiere a las elecciones de Comisiones de Fomento. La particularidad es que no se citó a la entrevistada ni se adjuntó el audio correspondiente, como sí se venía haciendo anteriormente. Hay una fotografía que también tiene la función de miniatura para acceder a la nota.

El texto del artículo es el mismo que aparece en la web oficial del Poder Judicial de Río Negro (ver imagen), por lo que fue utilizado como fuente primaria y copiado tal cual para publicarlo de manera completa. De hecho, en el sitio de noticias aparecen dos links a los cuales no se puede ingresar haciendo click, sino que se debe copiar/pegar, es decir que no se revisó este punto. **Es el primer caso de volcado de información entre todas las publicaciones hechas en el sitio de noticias que venimos analizando.**

El texto es extenso, y no hay uso de tipografía en negrita.

LA ANONIMA PORTADA NOTICIAS ESCUCHAR SERVICIOS DEPORTE CULTURA TURISMO

Elecciones en Comisiones de Fomento: 44 mesas habilitadas en 34 localidades



Compartir esto via

WhatsApp Facebook Twitter Email Google Plus

Este domingo se llevarán a cabo elecciones en 34 Comisiones de Fomento de Río Negro. Estos comicios son los únicos que tiene a su cargo el Tribunal Electoral Provincial (TEP), ya que las votaciones municipales dependen de las juntas electorales de cada comuna.

El padrón electoral para las Comisiones de Fomento puede consultarse en <http://servicios.jusrionegro.gov.ar/inicio/web/institucional/tribunal-electoral/padron-definitivo-buscar.php>

También está disponible para la ciudadanía la lista de autoridades de mesa designadas por el TEP, que "se nutrió de las propuestas efectuadas por los jueces de Paz". En total se nombraron 130 autoridades para la 44 mesas. El detalle puede consultarse en <http://servicios.jusrionegro.gov.ar/inicio/web/institucional/tribunal->



SUSCRIBIRSE!

Se votará en Aguada Cecilio, Aguada de Guerra, Aguada Guzmán, Arroyo Los Berros, Arroyo Ventana, Cerro Policía, Cona Niyeu, Clemente Onelli, Chelforó, Chipauquil, Colán Conhué, Comicó, El Cain, El Cuy, El Manso, Laguna Blanca, Mamuel Choique, Mencué, Nahuel Niyeu, Naupa Huen, Ojos de Agua, Paso Flores, Peñas Blancas, Prahuaniyeu, Pilquiniyeu, Pilquiniyeu del Limay, Rincón Treneta, Río Chico, Fuerte San Javier, Sierra Pailemán, Villa Mascardi, Valle Azul, Villa Llanquín y Yaminué.

Más de 8500 personas se encuentran habilitadas para votar en 34 comisiones de fomento de la provincia de Río Negro.

San Javier es la localidad con más electores: más de 1900 personas están en condiciones de emitir su voto. Luego se ubican Valle Azul, El Manso y El Cuy y Mencué, todos con más de 500 electores.

Tienen más de 300 electores Cerro Policía y Río Chico. Más de 200, Peñas Blancas, El Cain y Villa Llanquín.

Tienen entre 100 y 200 electores Aguada de Guerra, Aguada Guzmán, Arroyo Los Berros, Cona Niyey, Comicó, Clemente Onelli, Villa Mascardi, Colán Conhué, Paso Flores, Naupa Huen, Prahuaniyeu, Pilquiniyeu del Limay, Laguna Blanca, Mamuel Choique, Rincón Treneta y Sierra Pailemán.

En cambio, menos de 100 personas están habilitadas para votar en Chelforó, Chipauquil, Nahuel Niyeu, Arroyo Ventana, Aguda Cecilio, Ojos de Agua, Pilquiniyeu y Yaminué.

En Cubanea y Pichi Mahuida, aunque se encuentra vigente la convocatoria, no se presentaron candidaturas.



Texto de la web <http://servicios.jusrionegro.gov.ar/>



Elecciones en Comisiones de Fomento: 44 mesas habilitadas en 34 localidades

Jun 21, 2019 | tamaño de la fuente  | Imprimir | Email

Publicado en Generales	Este domingo se llevarán a cabo elecciones en 34 Comisiones de Fomento de Río Negro. Estos comicios son los únicos que tiene a su cargo el Tribunal Electoral Provincial (TEP), ya que las votaciones municipales dependen de las juntas electorales de cada comuna.
Visto 815 veces	El padrón electoral para las Comisiones de Fomento puede consultarse en http://servicios.jusrionegro.gov.ar/inicio/web/institucional/tribunal-electoral/padron-definitivo-buscar.php
Valora este artículo ★★★★ (0 votos)	También está disponible para la ciudadanía la lista de autoridades de mesa designadas por el TEP, que "se nutrió de las propuestas efectuadas por los jueces de Paz". En total se nombraron 130 autoridades para la 44 mesas. El detalle puede consultarse en http://servicios.jusrionegro.gov.ar/inicio/web/institucional/tribunal-electoral/documentos/2019/comisiones-de-fomento/Designacion_de_las_autoridades_de_mesa.pdf
	Se votará en Aguada Cecilio, Aguada de Guerra, Aguada Guzmán, Arroyo Los Berros, Arroyo Ventana, Cerro Policía, Cona Niyeu, Clemente Onelli, Chelforó, Chipauquil, Colán Conhué, Comicó, El Caín, El Cuy, El Manso, Laguna Blanca, Mamuel Choique, Mengué, Nahuel Niyeu, Naupa Huen, Ojos de Agua, Paso Flores, Peñas Blancas, Prahuaniyeu, Pilquiniyeu, Pilquiniyeu del Limay, Rincón Treneta, Río Chico, Fuerte San Javier, Sierra Pailemán, Villa Mascardi, Valle Azul, Villa Llanquín y Yaminué.
	Más de 8500 personas se encuentran habilitadas para votar en 34 comisiones de fomento de la provincia de Río Negro.
	San Javier es la localidad con más electores; más de 1900 personas están en condiciones de emitir su voto. Luego se ubican Valle Azul, El Manso y El Cuy y Mengué, todos con más de 500 electores.
	Tienen más de 300 electores Cerro Policía y Río Chico. Más de 200, Peñas Blancas, El Caín y Villa Llanquín.
	Tienen entre 100 y 200 electores Aguada de Guerra, Aguada Guzmán, Arroyo Los Berros, Cona Niyeu, Comicó, Clemente Onelli, Villa Mascardi, Colán Conhué, Paso Flores, Naupa Huen, Prahuaniyeu, Pilquiniyeu del Limay, Laguna Blanca, Mamuel Choique, Rincón Treneta y Sierra Pailemán.
	En cambio, menos de 100 personas están habilitadas para votar en Chelforó, Chipauquil, Nahuel Niyeu, Arroyo Ventana, Aguda Cecilio, Ojos de Agua, Pilquiniyeu y Yaminué.
	En Cubanea y Pichi Mahuida, aunque se encuentra vigente la convocatoria, no se presentaron candidaturas.

Uso de Facebook:

Las publicaciones que se realizaron dentro del horario de "La Vuelta a Casa" estuvieron enfocadas en los cierres de campaña de Juntos Somos Río Negro y Frente Para la Victoria, siendo ambos partidos partícipes de las elecciones a la intendencia de Cipolletti del 23 de junio. La cobertura se amplió con los móviles que salieron al aire durante el programa, como mencionamos anteriormente.

*El primer posteo tiene una galería de 5 fotos propias sacadas al público militante, y el texto indica que se trata del cierre de campaña del partido Juntos Somos Río Negro. Los recursos hipertextuales empleados fueron los hashtags: #CoberturaLU19 y #Cipolletti. No hay links.



* El segundo posteo tiene 3 fotos propias, donde aparecen figuras principales de JSRN, entre ellas el candidato a intendente Claudio Di Tella y el gobernador de Río Negro, Alberto Weretilneck. El texto simplemente indica que se trata del cierre de campaña del partido, y se utiliza el hashtag #CipollettiElige.

En este caso se etiqueta o menciona dentro de las capturas a integrantes del partido Juntos Somos Río Negro como Franco Ramirez (miembro del Movimiento Patagónico Popular) y Silvana Larralde (candidata a Presidente del Consejo Deliberante de la ciudad).

LU19 AM690 LU 19 AM 690 está con Franco Ramirez y Silvana Larralde. 20 horas

#CipollettiElige los candidatos de JSRN -Cierre de campaña



Ricardo Espinosa y 10 personas más 2 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

* La tercera publicación es una emisión en directo en formato audiovisual del discurso que emitió el gobernador Alberto Weretilneck en el acto. No hay texto ni ningún otro recurso utilizado en el posteo.

LU19 AM500 LU 19 AM 690 ha transmitido en directo. 20 horas · 🌐



Mira este vídeo con tus amigos [Iniciar vídeo en grupo](#)

👍❤️👎 59 19 comentarios 10 veces compartida 948 reproducciones

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 🌐

* En el cuarto posteo encontramos uso de 3 fotografías, con texto informativo que anuncia la caminata realizada por el FPV en su cierre de campaña. En este caso, se usó el hashtag #Cipolletti y un emoji de círculo rojo. No hay links.



Uso de Instagram:

Hubo 3 publicaciones que siguieron la línea de cobertura de los cierres de campaña mencionados.

* La primera es un video de 30 segundos del candidato Claudio Di Tella dando su discurso. El texto indica que se trata del acto de cierre de Juntos Somos Río Negro. El único recurso hipertextual utilizado es el hashtag #CoberturaLU19. No hay emojis.



* La segunda es un volcado de una red a otra, porque es el mismo contenido que se encuentra en la publicación de Facebook, tanto en uso de fotografías como en uso de todo el cuerpo de texto. El detalle es que la imagen es una sola, y aloja a las otras 3 que se adjuntan en Facebook.



* La tercera publicación también contiene una sola imagen con un collage de 3 fotografías. En este caso no hay volcado, porque no está en Facebook. Hay que remarcar que esta noticia es del día anterior, cuando el PRO realizó un acto en su local (el texto informativo aclara esto). La intención fue ampliar la información de cierres de campaña mencionando cuál fue el evento que organizó el partido de Tortoriello al respecto.

El hashtag utilizado también fue #CipollettiElige, así como también el círculo que en Instagram aparece de color negro. No hay links.



Consideraciones del viernes 21 de junio

Las entrevistas 1 y 2 no tuvieron desarrollo en ninguna de las plataformas digitales del medio; el protagonismo se centró en los móviles de la radio.

Durante esta jornada no hubo gestión de Twitter.

Esta jornada fue la que más diferencias presenta con respecto a los demás días analizados durante esta investigación, ya que el trabajo periodístico de las plataformas digitales se vio notablemente reducido. La razón fue que, como mencionamos anteriormente, Daniela Luján no estuvo a cargo de la redacción de artículos para el sitio de noticias, además de que la cobertura de los cierres de campaña en redes sociales se realizó de manera poco sistemática, incluso dejando fuera de actividad Twitter, uno de los perfiles que más publicaciones venía teniendo en la semana, y también Youtube, que no tuvo uso.

De esta forma, si bien los contenidos producidos en radio fueron como siempre el inicio de circulación de información hacia las demás plataformas, concluimos que la modalidad de cobertura se vio modificada en diferentes maneras:

- El sitio de noticias no tuvo ningún artículo producido directamente a partir de entrevistas o móviles realizados durante la edición de “La Vuelta a Casa”. Si bien el texto del sitio web que figura en el análisis de esta jornada se relaciona temáticamente

con la entrevista a Norma Gómez (1), es una información copiada del sitio web oficial del Poder Judicial, de manera textual.

- Ninguna de las publicaciones que se realizaron en las redes hace mención de manera directa al vivo de la radio, como sí venía sucediendo anteriormente. Los posteos muestran una cobertura periodística independiente de lo que se produjo en radio de 18 a 20. Si bien los móviles de Daniela Luján, Omar Fuentes y Hugo Jara permitieron transmitir los cierres de campaña de tres candidatos a la intendencia, en las plataformas digitales no se hizo mención de este formato radial.

En términos generales, el hecho de que para esta jornada se modifiquen ciertos roles dentro del equipo de la radio afectó la circulación de información entre las distintas plataformas. Daniela Luján pasó de exclusivamente gestionar el sitio de noticias y redes sociales a cumplir la función de movilera y al mismo tiempo postear el contenido que estaba cubriendo para AM.

Para el evento en especial que se presentó, como es el caso de los cierres de campaña con vistas a las elecciones locales, la entrevista o móvil producido en radio ya no pasó directamente al sitio web o red social. Sin embargo, **esta improvisación de roles hizo que sucediera una expansión en el relato periodístico en al menos los dos perfiles digitales que se utilizaron: Facebook e Instagram.** Se aprovecharon recursos propios de cada soporte: se utilizaron galerías de fotos, videos en vivo y en diferido. El uso de hashtags generado con #Cipolletti, #CipollettiElige y #CoberturaLU19, funcionó como hilo conductor para englobar la temática y darle continuidad a la cobertura de elecciones municipales. **Cada soporte brindó un punto de entrada distinto para entender el relato de los cierres de campaña.**

Sin embargo, también vale aclarar que **encontramos dos casos de volcado de información de una plataforma a otra durante esta jornada:**

- La publicación sobre el cierre de campaña del Frente Para la Victoria con vista a las elecciones municipales, pasó de manera similar desde Instagram a Facebook.
- El artículo web publicado sobre elecciones en Comisiones de Fomento (1), es una copia de un texto redactado para la página oficial del Poder Judicial de Río Negro.

Para saber más sobre la modalidad de trabajo periodístico, hablamos con Paula Leguizamón, quien fue productora de contenidos durante las dos horas de emisión de esta edición de “La Vuelta a Casa”. “La cobertura del viernes 21 fue algo más improvisada porque no teníamos bien en claro desde dónde íbamos a hacer las transmisiones, teniendo en cuenta que en la elección anterior no nos habían dejado transmitir desde el búnker del Frente Para la Victoria”.

De esta forma, podemos considerar que las posibilidades de producción y cobertura periodística, para épocas de elecciones, dependen en gran medida de factores externos relacionados a las facilidades que los protagonistas implicados permitan para una libre circulación. “Si no se puede trabajar nos vamos y listo. No criticamos a nadie”, aportó Leguizamón.

Entrevistas realizadas en radio el lunes 24 de junio

Lo particular es que en esta edición de “La Vuelta a Casa” hubo cuatro entrevistas relacionadas a las elecciones a la intendencia de Cipolletti del día anterior, que definió a Claudio Di Tella como intendente por Juntos Somos Río Negro, derrotando a Aníbal Tortoriello del PRO. Esto da cuenta de la importancia que se le brindó a este tipo de contenido, también reflejado en más publicaciones en las redes durante las dos horas de emisión referidas al mismo tema, y por el artículo web como estilo de breve resumen, que salió a la luz sobre el cierre de la jornada.

1) Aníbal Tortoriello manifiesta que hubo errores durante las elecciones a la intendencia del día anterior. Temática: Política. Recorte geográfico: Local.

2) Luis Hawrylak, comisario de la Unidad 26 de Fernández Oro, dio detalles sobre un hecho de hurto en Fernández Oro. Este contenido no tuvo desarrollo en ninguna de las plataformas web que trabaja LU 19. Temática: Policial. Recorte geográfico: Regional.

3) La fiscal general de la Unión Cívica Radical, Adriana Santarelli, salió al aire para desmentir a Aníbal Tortoriello y hablar sobre sus sensaciones acerca de la jornada electoral llevada a cabo en Cipolletti. Temática: Política. Recorte geográfico: Local.

4) Rodrigo Buteler, apoderado del partido Juntos Somos Río Negro en Cipolletti, dio su opinión con respecto a las elecciones a la intendencia llevada a cabo el día anterior. Temática: Política. Recorte geográfico: Local.

5) José Luis Martínez, fiscal general del Frente Para la Victoria, brindó su punto de vista sobre las palabras de Aníbal Tortoriello, quien no reconocía la derrota, y se refirió a los comicios pasados. Temática: Política. Recorte geográfico: Local.

6) Agregamos este bloque como caso excepcional, ya que hubo un artículo web que aunó toda la información producida a partir de las entrevistas relacionadas a la postura de Aníbal Tortoriello, quien no reconocía como válidos los resultados provisorios de las elecciones a intendente de Cipolletti. Éste texto se publicó en el sitio de noticias el 25 de junio, un día después del que estamos analizando. Vale resaltar que para la redacción del artículo, se agregaron las palabras de otros protagonistas de las elecciones que hablaron con la radio más temprano: Margarita Díaz (candidata a intendente por el Movimiento Socialista de los Trabajadores) e Ignacio Perucci (concejal electo por el Frente Para la Victoria). Además, se citó a Sabiana Goicochea, titular de la Junta Electoral Municipal de Cipolletti, quien había sido entrevistada por un diario local.

Uso del sitio de noticias web:

Éste inicio de semana fue particular con respecto al tratamiento de contenidos, a diferencia de los demás días que veníamos analizando. Esto se debe a que el equipo de la radio fue generando noticias que le daban continuidad a la cobertura sobre las elecciones a intendente de la jornada anterior. Los artículos web del sitio de noticias se redactaron, en ocasiones, usando más de una entrevista realizada en la radio, incluso adjuntando los audios. En otros casos, fueron utilizadas citas textuales de protagonistas con variaciones cronológicas, ya que fueron diálogos sacados de distintos programas de la radio, en diferentes horarios.

1) Categorías: “Destacamos”, “Elecciones 2019”, “RÍO NEGRO”.

El texto es de extensión corta. Se utilizó tipografía en negrita para resaltar lo más importante de la noticia, incluido una cita textual del intendente. Se incluyeron algunas frases de las más relevantes que aportó Tortoriello durante la entrevista. No hay empleo de hipertexto a través de links internos ni externos dentro del artículo.

Los recursos multimedia utilizados fueron el audio cargado con la nota completa, y una fotografía tomada a una planilla provisoria de la Junta Electoral, con resultados de las elecciones del día anterior. La miniatura para ingresar a este artículo a través de las redes, fue otra.

Inicio » Destacamos » «No es para nada clara esta elección»

Destacamos Elecciones 2019 RIO NEGRO

«No es para nada clara esta elección»

Compartir esto vía

WhatsApp Facebook Twitter Email Google+ Plus

El intendente de Cipolletti Anibal Tortoriello indicó a LU19 AM 690 que no reconocerá el triunfo de Juntos Somos Río Negro hasta que no se abran las urnas y se cuenten los votos. «Hemos pedido por nota que se recuenten los votos, porque hay un 49 por ciento de las planillas con errores, por eso no es nada clara esta elección».

Indicó que la planilla que anda circulando es completamente informal. «Ese borrador que se entregó entre gallos y medianoches firmada por un vocal no tiene resolución de la junta electoral». «Eso no tiene ningún valor».

Fue una elección muy poco clara, sostuvo, e indicó que habían errores muy groseros. «El 51% que no tenían errores nos da como ganadores». «La mitad de las urnas tiene errores, y para anclarlo hay que abrir las urnas y se sabrá la verdad de la milanesa».

«Con lo turbio que está todo, claramente hay que abrir las urnas.» También destacó que hubo una cantidad de robo de boletas.



JUNTA ELECTORAL CIPOLLETTI 2019
Resultados Generales - Tendencia

ELECCIONES MUNICIPALES - INTENDENTE / PTE CONSEJO DELIBERANTE / CONCEJALES / CONTROLADOR							
Nive Lista	Partida	Intendente/POB	%	Concejales	%	Controlador	%
3	UNION Civica Radical (UCR)	1214	2,7	1103	2,8	1336	2,83
54	Propuesta Republicana (PRO)	17104	36,3	16797	35,55	18794	35,48
166	Movimiento Socialista de los Trabajadores (MS-T)	813	1,73	503	1,17	547	0,91
473	Frente para la Victoria (FPV)	8211	17,51	8150	17,67	8048	17,67
420	Alianza Frente de Izquierda y de los Trabajadores (FIT)	1372	2,9	1412	3,04	395	0,94
621	Juntos Somos Río Negro (JSRN)	17456	36,98	17461	36,96	15460	30,94
TOTAL DE VOTOS VALIDOS		46023	97,42	45898	97,18	44443	94,07
Votos BLANCOS		382	0,81	452	0,96	1393	3,38
Votos NULOS		283	0,6	331	0,69	719	1,52
Votos REPLICADOS		25	0,05	24	0,05	24	0,05
Votos IMPUGNADOS		30	0,06	26	0,05	36	0,08
TOTAL VOTOS ANULADOS		1220	2,58	1245	2,64	2161	4,57
GENERAL VOTOS		47243	100%	47141		46604	

MESAS ESCRUTADAS			
GENERAL DE MESAS	Cantidad	Mesas a escrutar	%
	191	191	100

CARLOS DANIEL RIVERA
VOCAL

ETIQUETAS Anibal Tortoriello Elecciones

Compartir Facebook Twitter Google+ Pinterest Me gusta 28 Tweet

3) Categorías: “Destacamos”, “Elecciones 2019”, “RÍO NEGRO”

El texto es de extensión corta. La tipografía en negrita sólo menciona a la entrevistada del caso. Las citas textuales ocupan la mayoría del cuerpo del artículo. No hay fotografía ni links, y se repite la utilización del audio con la entrevista completa.



Inicio > Destacamos > Desde la UCR desmienten al intendente Anibal Tortoriello

Destacamos | Elecciones 2019 | RIO NEGRO

Desde la UCR desmienten al intendente Anibal Tortoriello

Compartir esto vía



«Todo se llevó con normalidad» indicó **Adriana Santarelli** apoderada del partido **Unión Cívica Radical** «Yo fui fiscal general de una escuela, y me llama mucho la atención la actitud del jefe comunal, de su gente y del PRO. La gente estuvo en horario, se abrieron las urnas y fue todo muy tranquilo.»

«Si había mucho desconocimiento de los presidentes de mesa. La capacitación que dio la Municipalidad fue en algunos casos muy escaso.» «No hay dudas en el recuento de votos, como mucho error de tipeo, pero la verdad a todos los partidos nos daba los mismos resultados, los mismos números.»

«Buscan el pelo al huevo, es muy triste que nos quieran imponer que hubo algo turbio». «Tenemos que aceptar los resultados».

Escuchá la nota completa realizada en LA VUELTA A CASA por LU19 AM 690



4) Categorías: “Desctacamos”, “Elecciones 2019”, “RÍO NEGRO”

La extensión del texto es intermedia. El uso de la tipografía en negrita resalta la presentación del protagonista y una sola cita textual. Como en el caso del artículo anterior, las citas conforman la mayor parte del texto. En cuanto a la experiencia multimedia o hipertextual, no se vio desarrollada, porque no hay fotografía ni links. Se adjunta el audio con la entrevista completa producida en el programa.

Destacamos Elecciones 2019 RÍO NEGRO

«La junta electoral responde al oficialismo»

Compartir esto vía



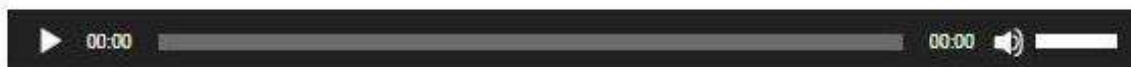
Rodrigo Buteler apoderado de Juntos Somos Río Negro se refirió a las elecciones en Cipolletti y a las declaraciones del intendente Anibal Tortoriello. **«Estoy totalmente sorprendido de la falta de capacidad del intendente y del PRO de reconocer la derrota de ellos y el triunfo de Juntos».**

También señaló que no existió impugnaciones ni denuncias y destacó que todos los partidos coincidían con los resultados. «Ante esta circunstancia nos dimos como ganadores. Después esperábamos que la junta electoral terminara con el escrutinio provisorio»

Contó además que la Junta electoral quería continuar al otro día porque no le funcionaba el sistema porque había errores leves. «Nosotros como apoderados de todos los partidos nos pusimos firmes, como corresponde, y les exigimos que termine el escrutinio provisorio como indica la ley.»

«Para lo cual la Junta electoral hizo lo que tenía que hacer, que era tener el escrutinio provisorio. Luego salen los tres vocales y nos informan que iban a imprimir el escrutinio donde dicen que con el 100 por cien de las mesas daba como ganador a Juntos Somos Río Negro.»

«Por lo tanto me parece una cosa absurda, antidemocrática que el intendente no reconozca el acta de la Junta electoral, me quede anonadado.»



5) Categorías: “Destacamos”, “Elecciones 2019”, “RÍO NEGRO”

La extensión del texto es corta. La utilización de negrita también tiene el objetivo de resaltar al entrevistado, y dos citas textuales. No hay links en uso. No hay fotografía dentro del artículo. El audio donde se puede reproducir el diálogo está disponible en forma completa.



Inicio · Destacamos · Desde el FPV no vieron ninguna irregularidad en las elecciones

Destacamos · Elecciones 2019 · RIO NEGRO

Desde el FPV no vieron ninguna irregularidad en las elecciones

Compartir esto vía



El fiscal general del Frente Para la Victoria Jose Luis Martinez señaló que fue una elección muy ágil. Sostuvo que fue mejor que la anterior y con mucha más participación. **«Yo no vi nada raro, y de la propia Junta electoral nos entregaron un despacho de minoría con un resultado provisorio».**

«Lo que dice la ley electoral, es que apenas termina el acto eleccionario se realiza un escrutinio provisorio, pasada las 48 hs se hace el escrutinio definitivo.» **«Nuestras actas de las 191 mesas que participaron, con fiscales en cada una de ellas, dan como ganador a Juntos Somos Rio Negro.»**

«Puede haber una variación en el escrutinio definitivo pero nada que pueda modificar el resultado final.» Además señaló que en el recuento de votos no se pidió ninguna impugnación ni nada parecido.

Escuchá la nota completa realizada en LA VUELTA A CASA por LU19 AM 690



6) Categorías: “Destacamos”, “Elecciones 2019”, “RÍO NEGRO”

La amplitud del texto es extensa. No hay uso de tipografía en negrita ni links. El audio adjunto fue sacado de una versión de boletín informativo que salió al aire en la radio, con varias de las declaraciones (resumidas) de protagonistas políticos de la Cípolletti. Este artículo web, así como el audio al que hacemos referencia, juntó toda la información producida a partir de las

entrevistas relacionadas a la postura de Aníbal Tortoriello, quien no reconocía los resultados provisorios de las elecciones a intendente de la ciudad. Éste texto se publicó el 25 de junio, un día después del que estamos analizando, y aún así lo tomamos en consideración para evidenciar la amplitud que tuvieron algunas de las entrevistas apuntadas en esta jornada.

Para una versión más acabada del artículo, se agregaron las palabras de otras figuras de las elecciones que hablaron con la radio más temprano: Margarita Díaz (candidata a intendente por el Movimiento Socialista de los Trabajadores) e Ignacio Perucci (concejal electo por el Frente Para la Victoria). Además, se citó a Sabiana Goicochea, titular de la Junta Electoral Municipal de Cipolletti, quien había sido entrevistada por un diario local.

La fotografía utilizada fue la miniatura de la nota que recorrió las redes sociales.

Todos coinciden que ganó Di Tella en Cipolletti, menos el PRO



Compartir esto vía



El intendente de Cipolletti Anibal Tortoriello indicó a LU19 AM 690 que no reconocerá el triunfo de Juntos Somos Río Negro hasta que no se abran las urnas y se cuenten los votos. «Hemos pedido por nota que se recuenten los votos, porque hay un 49 por ciento de las planillas con errores, por eso no es nada clara esta elección».

La titular de la Junta Electoral Municipal de Cipolletti, Sabiana Goicochea, confirmó a La Mañana de Cipolletti que el 49 por ciento de las mesas no se pudo escrutar porque se encontraron errores, y que van a proceder al recuento de votos. "No podemos dar resultados oficiales porque debemos ser transparentes, y falta casi la mitad de las mesas", expresó. «El escrutinio provisorio entregado fue meramente informativo y tiene errores. Eso no refleja la realidad. Hay autoridades que no enviaron los telegramas» acotó Goicochea.

El fiscal general del Frente Para la Victoria José Luis Martínez señaló que fue una elección muy ágil. Sostuvo que fue mejor que la anterior y con mucha más participación. «Yo no vi nada raro, y de la propia Junta electoral nos entregaron un despacho de minoría con un resultado provisorio».

Rodrigo Buteler apoderado de Juntos Somos Río Negro se refirió a las elecciones en Cipolletti y a las declaraciones del intendente Anibal Tortoriello. «Estoy totalmente sorprendido de la falta de capacidad del intendente y del PRO de reconocer la derrota de ellos y el triunfo de Juntos».

«Todo se llevó con normalidad» indicó Adriana Santarelli apoderada del partido Unión Cívica Radical «Yo fui fiscal general de una escuela, y me llama mucho la atención la actitud del jefe comunal, de su gente y del PRO. La gente estuvo en horario, se abrieron las urnas y fue todo muy tranquilo.»

Margarita Diaz, candidata a intendente del MST, en diálogo con la radio señaló que «no notamos ninguna irregularidad», reconoció haber recorrido escuelas y haber participado del escrutinio.

Ignacio Pierucci, concejal electo por el Frente Para la Victoria, manifestó en LU19 que la elección fue «clara, transparente». Pierucci señaló que el conteo daba ganador a Claudio Di Tella candidato de Juntos Somos Río Negro.

La radio pone a disposición de Uds los audios de los diferentes actores de la contienda electoral.



Uso de Facebook:

Las únicas dos publicaciones que se hicieron durante la emisión de "La Vuelta a Casa" estuvieron relacionadas a la entrevista con Anibal Tortoriello. Los demás posts fueron realizados después de la finalización del programa.

1) Hubo 3 publicaciones al respecto.

* La primera fue durante el desarrollo del programa. La publicación madre es la de Twitter, porque incluso puede verse el “arroba” etiquetando al entrevistado en la red social del pajarito. Es un claro ejemplo de volcado, ya que no se modifica nada del texto ni la foto.

Hashtags: #LU19Informa, #Aire y #LaVueltaACasa. No hay emojis.

* La segunda es otro ejemplo de volcado, aunque lo único que se modifica del texto es que la etiqueta para mencionar al intendente se adaptó a la forma de Facebook, pero la publicación madre es de Twitter, nuevamente. Se recortó el cuerpo del texto en una sola cita textual (en el posteo original hay 2).



* La tercera publicación tuvo origen después del programa, con el artículo web ya escrito, al que se puede ingresar a través de la miniatura. Es otro ejemplo de volcado, porque el posteo original es de Twitter, como veremos más adelante en la forma que se trató esta última red social. No hubo modificación de ningún elemento del texto.

LU19 AM 690
24 de junio a las 19:21

LU19Informa | "No es para nada clara esta elección" sostuvo el intendente Anibal Tortoriello en declaraciones a la radio. Escuchá la nota <https://bit.ly/2lI2i4C>



LU19.COM.AR

«No es para nada clara esta elección»
El intendente de Cipolletti Anibal Tortoriello indicó a LU19 AM 690 que no...

13 6 comentarios

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes ▾

Escribe un comentario...

Fan destacado
Marcela Almendra Mira los pocos claros son ustedes , en la mesa que me toco afirmaban las del partido de el que gente habia roto boletas , entonces habriedo boletas aparecen 2 del Torto rotas y la fiscal dice cambialas si la gente rompio boletas y a mi que ?? yo le dij... Ver más

Me gusta Responder · 3 d

3) Hubo dos posteos relacionados a este contenido.

* En cuanto al primero, fue hecho durante el programa. Es difícil determinar cuál de las redes fue la generadora de esta publicación, porque el texto es el mismo tanto en Facebook, como en Instagram, y Twitter. Lo que se fue modificando entre cada una de ellas fue el uso de la fotografía, y la etiqueta a Aníbal Tortoriello. Todos los demás recursos son los mismos en cuanto a este contenido, a excepción de Instagram en el que aparece un círculo negro.

Hashtags utilizados como hipertexto: #LU19Informa, #UCR.

* La segunda publicación se realizó luego de la emisión en directo. El texto tuvo una importante utilización de citas textuales, que aportan información a modo de resumen de la entrevista. El hashtag utilizado es #LU19Informa, y el link al que se clickea para ingresar al artículo, no está acortado. También se accede mediante la miniatura. No hay emojis presentes.

LU19 AM99 24 de junio a las 19:39

#LU19Informa | Adriana Santarelli apoderada de la #UCR "Me sorprende la actitud del intendente Anibal Tortoriello todo se llevó con normalidad, y nos quieren imponer que fue una elección turbia." "Tenemos que aceptar los resultados".



38 17 comentarios · 15 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Escribe un comentario...

Fan destacado

Santiago Varela Clarísima explicación de quien estuvo en persona en el lugar donde funcionaba la junta electoral y desmiente todo lo que dice Tortoriello

Me gusta · Responder · 3 d

Alejandra Muñoz El viernes hay recuento del 49 % de mesas que están mal!!! Osea xq lo van hacer si mientras tanto dicen que estaba todo en orden?? O no!!! El viernes se sabrá quien ganó!!

LU19 AM99 24 de junio a las 20:52

#LU19Informa | «Todo se llevó con normalidad» indicó Adriana Santarelli apoderada del partido Unión Cívica Radical

«Yo fui fiscal general de una escuela, y me llama mucho la atención la actitud del jefe comunal, de su gente y del PRO. La gente estuvo en horario, se abrieron las urnas y fue todo muy tranquilo.»

<http://lu19.com.ar/.../desde-la-ucr-desmienten-al-intendente.../>



LU19.COM.AR

Desde la UCR desmienten al intendente Anibal Tortoriello

"Todo se llevó con normalidad" indicó Adriana Santarelli apoderada del...

25 12 comentarios · 16 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Escribe un comentario...

Angelo Torgnesi <https://www.change.org/.../junta-electoral-cipolletti-rio...>

4) Se hicieron dos publicaciones en relación a este contenido.

* En la primera, hecha durante el programa, el texto es el mismo que el utilizado en uno de los tuits referido a la misma entrevista. Los elementos que se agregaron fueron la fotografía y el etiquetado a Rodrigo Buteler. Otra diferencia encontrada fue que en Twitter se "arrobó" a Tortoriello, en cambio en Facebook no.

* La segunda fue posterior al programa. Se utilizó la misma cita textual que en un tuit. El texto aportó información, etiquetó a Rodrigo Buteler y utilizó el hashtag #LU19Informa.

La aclaración [AUDIO] precede al link sin acortar que lleva al artículo web, al que también se puede ingresar haciendo click en la miniatura. No hubo uso de emojis.

LU19 AM 690
24 de junio a las 19:58

#LU19Informa | #Elecciones en #Cipolletti "A todos los partidos el resultado fue el mismo. Solo para Tortoriello sus resultados lo dan como ganador." "No quieren reconocer la derrota". declaraciones del apoderado de #JSRN Rodrigo Buteler



21 Me gusta 7 comentarios 12 veces compartida

Más relevantes

Angelo Torgnesi <https://www.change.org/.../junta-electoral-cipolletti-rio...>



LU19 AM 690
24 de junio a las 21:24

#LU19Informa | Rodrigo Buteler apoderado de Juntos Somos Rio Negro se refirió a las elecciones en Cipolletti y a las declaraciones del intendente Anibal Tortoriello.

"Estoy totalmente sorprendido de la falta de capacidad del intendente y del PRO de reconocer la derrota de ellos y el triunfo de Juntos". [AUDIO] <http://lu19.com.ar/.../la-junta-electoral-responde-al-oficia.../>



LU19.COM.AR

«La junta electoral responde al oficialismo»
Rodrigo Buteler apoderado de Juntos Somos Rio Negro se refirió a las...

32 Me gusta 11 comentarios 8 veces compartida

Más relevantes

Angelo Torgnesi <https://www.change.org/.../junta-electoral-cipolletti-rio...>

5) Hubo dos publicaciones en referencia a la entrevista con José Luis Martínez.

* En la primera, realizada durante el programa, vemos que el texto es exactamente el mismo que encontramos en uno de los posts de Twitter y también de Instagram. La única modificación de Facebook es que acompaña una fotografía. En Instagram, la imagen adjunta es otra. Hashtags: #LU19Informa, #Cipolletti, #FPV. No hay emojis.

*En la segunda, hecha luego de "La Vuelta a Casa", encontramos que el texto es bastante informativo porque presenta al entrevistado, una cita textual a modo de resumen, y el link sin acortar para ingresar al artículo web. El mismo se puede visitar además haciendo click en la miniatura. No hay emojis, y el hipertexto se profundiza con el hashtag #LU19Informa.

LU19 AMARILLO LU 19 AM 690
24 de junio a las 20:00 -

#LU19Informa | "Fue una elección muy ágil en #Cipolletti y se llevó todo con normalidad. La mayoría de las autoridades de mesas fueron asignadas por la Junta electoral, que fue designada por el oficialismo, ellos tienen mayoría". Jose Luis Martinez fiscal general del #FPV



Santiago Varela y 6 personas más · 1 comentario

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes

Escribe un comentario...

Angelo Torgnesi <https://www.change.org/.../junta-electoral-cipolletti-rio...>

LU19 AMARILLO LU 19 AM 690
24 de junio a las 20:48 -

#LU19Informa | El fiscal general del Frente Para la Victoria Jose Luis Martinez señaló que fue una elección muy ágil. Sostuvo que fue mejor que la anterior y con mucha más participación.

"Yo no vi nada raro, y de la propia Junta electoral nos entregaron un despacho de minoría con un resultado provisorio".
<http://lu19.com.ar/.../desde-el-fpv-no-vieron-ninguna-irregu.../>



LU19.COM.AR
Desde el FPV no vieron ninguna irregularidad en las elecciones

Santiago Varela y 17 personas más · 4 veces compartida

Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe un comentario...

6) Recordando que tanto el artículo web como la posterior circulación del texto en las redes se realizó el día posterior (martes 25 de junio), podemos ver que la modalidad de publicación cambió en relación a cómo se venía tratando la misma temática.

En este caso podemos ver el uso de los hashtags #LU19Informa, #EleccionesMunicipales y #Cipolletti. Se utilizaron dos emojis de verificación y uno de flecha hacia abajo, señalando dónde se encuentra el ingreso al artículo web. Además, se etiquetó a Claudio Di Tella, ganador de las elecciones. El link está implícito, ya que se puede ingresar a la nota a través de la miniatura.


LU19 AM 690
25 de junio a las 11:15 · 🌐

#LU19Informa | #EleccionesMunicipales

✅ Con una diferencia de 365 votos, todos los participantes de las elecciones municipales coinciden que Claudio Di Tella es el próximo intendente de #Cipolletti.

✅ Anibal Tortoriello no reconoce la derrota y solicita realizar un nuevo conteo de votos.

Todas las voces podés escucharlas en esta nota 📻



LU19.COM.AR

Todos coinciden que ganó Di Tella en Cipolletti, menos el PRO
El intendente de Cipolletti Anibal Tortoriello indicó a LU19 AM 690 que no...

👍 😄 🗨️ 41 38 comentarios 12 veces compartida

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 🌐

Más relevantes ▾

 Escribe un comentario...

 **Ana Malaspina** Necesitamos capacitarnos bien para las elecciones presidenciales, para autoridad de mesa o para fiscal, tenemos q participar activamente en las elecciones, es un deber civil fundamental. En mi experiencia personal, en la participación de

Uso de Twitter:

1) En esta plataforma hubo 5 posteos relacionados a los dichos de Anibal Tortoriello. Todos se realizaron durante la emisión del programa, incluido el último tuit que ya replicaba el artículo web redactado a partir de la misma entrevista.

* En el primero, hay dos citas textuales, se menciona o “arroba” al perfil del intendente, y se utilizan los hashtags #LU19Informa, #Aire y #LaVueltaACasa como etiquetas. El recurso multimedia utilizado es el de la fotografía. No hay links ni emojis.

* El segundo tiene características similares al posteo anterior, con la excepción de que no se utilizaron hashtags.



* El tercer tuit también contiene dos citas textuales de relevancia, se menciona a Tortoriello y se evidencian los hashtags #LU19Informa y #Aire.



* La cuarta publicación, en cambio, no tiene imagen adjunta. Nuevamente se etiqueta al intendente, y el hipertexto encuentra uso con los hashtags #LU19Informa y #Aire. El texto incluye una sola cita textual en este caso.



* En el quinto tuit se puede ver la misma foto que el tercero. Se repite el inicio de la publicación con el hashtag #LU19Informa, la etiqueta a Tortoriello, y una cita textual.

En este caso se compartió el link acortado para visitar el artículo web generado a partir de la entrevista con el intendente de Cipolletti, por lo que esta publicación se efectuó una vez finalizada la entrevista con el mismo.



3) Se hicieron 3 tuits relacionados a la entrevista con Adriana Santarelli. Todos fueron durante la entrevista en vivo, y tienen en común que no tiene ninguna imagen, contiene el hashtag #Lu19Informa y abundan las citas textuales.

* En el primero se etiqueta al intendente Aníbal Tortoriello, quien continúa formando parte de la información.



* En el segundo caso no se etiqueta a Tortoriello pero se agrega el hashtag #UCR



* El tercer tuit continúa el patrón de publicación del anterior.



4) Las 3 publicaciones se realizaron durante la entrevista. Tienen todas las mismas características: los hashtags #LU19Informa, #Elecciones y #Cipolletti, además de que se etiqueta al entrevistado, no hay emojis ni fotografía. A continuación se especificarán las diferencias encontradas en cada caso.

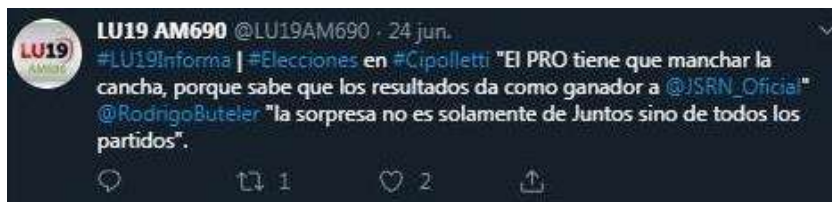
* En el primer caso se etiqueta a Aníbal Tortoriello.



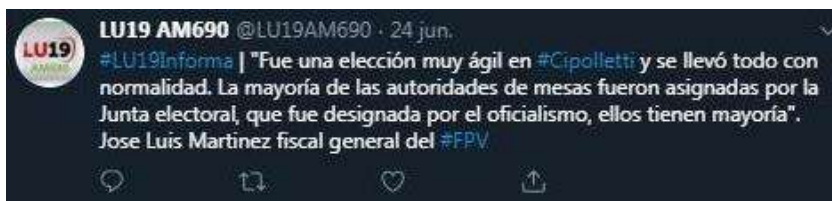
* En el segundo, también se etiqueta al intendente de Cipolletti, y se agrega el hashtag #JSRN.



* En el tercero, se etiqueta al partido Juntos Somos Río Negro, algo que no se aprovechó en el tuit anterior.



5) Hubo un único tuit que anunció lo más importante que dijo José Luis Martínez durante la entrevista en vivo, por eso incluye citas textuales. No hay uso de emojis ni fotografía. Los hashtags empleados como etiquetas fueron #LU19Informa, #Cipolletti y #FPV.



6) Recordando que tanto el artículo web como la posterior circulación del texto en las redes se realizó el día posterior (martes 25 de junio), vemos que el texto del tuit resume en gran parte el texto y aprovecha potencialidades de esta plataforma: se utilizan los hashtags

#EleccionesMunicipales y #Cipolletti, y se etiqueta tanto a Claudio Di Tella como a Aníbal Tortoriello. Se puede ingresar al artículo a través de la miniatura. No hay emojis.



Uso de Instagram:

Esta plataforma se utilizó con 3 publicaciones, todas realizadas durante la emisión en vivo de “La Vuelta a Casa”.

1) Se añade una sola cita textual de Tortoriello. Vemos el hashtag más utilizado de la jornada: #LU19Informa, un emoji de círculo y una fotografía que no se repitió en las demás redes.



2) El texto utilizado es el mismo que tuvo una de las publicaciones de Facebook, con la excepción de que en este caso se sumó un emoji de círculo y una fotografía distinta.

Los hashtag usados fueron #LU19Informa y #UCR.



lu19am • Siguiendo

lu19am #LU19Informa | ●Adriana Santarelli apoderada de la #UCR "Me sorprende la actitud del intendente Anibal Tortoriello todo se llevó con normalidad, y nos quieren imponer que fue una elección turbia." "Tenemos que aceptar los resultados".

3 d

gastasaid773 3 d Responder

nano.arguello 3 d Responder

andreakarinamaestra Tal cual! Así

8 Me gusta

HACE 3 DÍAS

Agrega un comentario... Publicar

3) Este caso es similar al anterior: el texto es el mismo que se redactó en uno de los posts de Facebook, con la diferencia que se sumó el mismo emoji de círculo, y la foto utilizada es otra.

El hashtag que se aprecia es #LU19Informa.



lu19am • Siguiendo

lu19am #LU19Informa | ●Fue una elección muy ágil en #Cipolletti y se llevó todo con normalidad. La mayoría de las autoridades de mesas fueron asignadas por la Junta electoral, que fue designada por el oficialismo, ellos tienen mayoría". Jose Luis Martinez fiscal general del #FPV

3 d

13 Me gusta

HACE 3 DÍAS

Agrega un comentario... Publicar

Consideraciones del lunes 24 de junio

La noticia sobre el robo efectuado en Fernández Oro (2) no tuvo presencia en ninguna de las plataformas digitales de LU19, sólo se produjo para la radio.

En cuanto a las demás entrevistas generadas en la producción radial, **todas tuvieron expansión narrativa a través de los soportes empleados por el medio:**

- **Cada contenido obtuvo expansión en su narrativa de manera individual:** la entrevista nacida en radio pasó a Facebook y Twitter, y luego al sitio de noticias web. Las historias tuvieron punto de entrada en cada soporte, y pudieron interpretarse de manera independiente, sumarse recursos nuevos de manera cronológica. Sólo las entrevistas (1), (2) y (3) no tuvieron presencia en Instagram.
- **Los contenidos producidos en radio también pudieron interpretarse de manera conjunta, por lo que obtuvieron expansión informativa de manera global,** ya que sobre el cierre de la jornada se redactó un artículo para el sitio de noticias donde se resumieron las posturas de todos los entrevistados del programa que hablaron sobre las elecciones del día anterior. Hasta aquí, es la primera nota de todo el muestreo que aún a un conjunto de contenidos generados, saliendo de alguna manera de la “mentalidad radial” que venía teniendo la tratativa periodística, y ofreciendo un análisis completo de un mismo tema: el rechazo de Tortoriello hacia los resultados electorales del día anterior.

Conclusiones generales

Antes de hacer foco sobre las consideraciones cualitativas realizadas sobre la circulación de noticias generadas por LU19 creemos conveniente destacar ciertos datos cuantitativos de relevancia.

De las 26 entrevistas recolectadas a lo largo de la semana de análisis, ya sea por medio de comunicación telefónica directa con el protagonista o través de los móviles de la radio:

- 20 fueron tomadas como contenido para redactar un artículo para el sitio de noticias web.
- 16 tuvieron un alcance geográfico local, 9 regionales, y 1 nacional.
- 11 entrevistas fueron sobre la temática Política, 6 Sociedad, 4 Policiales, 3 Cultura, 1 Interés General, y 1 Economía.
- De los 6 días analizados de emisión de “La Vuelta a Casa” (17, 18, 19, 20, 21 y 24 de junio), sólo 1 (el 20 de junio) tuvo utilización de todas las plataformas analógicas y digitales gestionadas por LU19: radio, sitio de noticias web, Facebook, Twitter, Instagram y Youtube.
- De todas las plataformas digitales empleadas por LU19, las únicas que tuvieron al menos una publicación durante la emisión del programa seleccionado fueron el sitio de noticias web y Facebook.
- La plataforma de Youtube fue utilizada sólo una vez (el 20 de junio).

Aun con la referencia de estos datos, la plataforma que se mantuvo actualizada con mayor asiduidad fue Twitter. Vimos que fue más común ver una misma entrevista radial con más de una mención en esta red social. Si bien hay excepciones, hay publicaciones que se realizaron antes, durante, y después de una nota en vivo.

A partir del recorte seleccionado, concluimos que la fuente inicial del contenido, desde donde se inicia la circulación de noticias, es la radio como medio base. A partir de las entrevistas realizadas sobre un determinado tema, se redactan artículos web, publicaciones en Twitter, Facebook, Instagram y transmisiones en Youtube.

Como mencionamos en el apartado sobre variables de investigación, tuvimos en cuenta en qué casos las entrevistas generadas en radio obtenían una adaptación, volcado o expansión durante su circulación por las distintas plataformas digitales.

De las 26 entrevistas analizadas, 8 tuvieron una expansión en su narrativa, y están relacionadas a la siguiente temática:

- La noticia sobre el cuerpo hallado en Cipolletti el 19/06. El móvil a cargo de Miguel Parra entrevistó a Rita Lucia, la fiscal del caso. El día posterior (20/06), la información se amplió a través de la palabra del fiscal Gustavo Herrera. El desarrollo del relato tuvo además expansión informativa a través de las redes sociales, ya que momento a momento se fueron aportando nuevos datos, y cada soporte ofrecía un punto de entrada para comprender el relato.
- La entrevista en estudio realizada a Liliana Martín (en aquel momento candidata a intendente de Allen) tuvo cobertura en absolutamente todas las plataformas digitales de LU19, incluso incorporando la transmisión en vivo en formato audiovisual en Facebook y Youtube, luego desplegadas en el sitio de noticias web y Twitter. Cada soporte ofreció detalles de la historia de manera independiente.
- Las coberturas de los cierres de campaña a través de los móviles (21/06) tuvieron una amplitud informativa que incluyó sobre todo expansión del relato en las redes sociales. Las plataformas Facebook e Instagram contaron de manera independiente los actos de los 3 partidos más fuertes de las elecciones municipales: Juntos Somos Río Negro, PRO y Frente para la Victoria. En los posteos no se mencionó la radio, lo que muestra la intención de cubrir la información pensando casi exclusivamente en las redes, objetivo que se profundizó con la utilización de recursos multimediales e hipertextuales: transmisión en vivo, videos en diferido, fotos propias, y hashtags que marcó la categoría #CipollettiElige.
- La jornada que tuvo mayor aprovechamiento de recursos ofrecidos por la web fue el 24/06, día posterior a las elecciones municipales. La cobertura se centró en el ámbito local, y la temática giró en torno a la figura política de Tortoriello, quien no aceptaba la derrota en los comicios. Además del intendente, salieron al aire Adriana Santarelli (fiscal general de la Unión Cívica Radical), Rodrigo Buteler (apoderado de Juntos Somos Río Negro) y José Luis Martínez (fiscal general del Frente Para la Victoria), debatiendo sobre los resultados finales de las elecciones. Para este caso, se planificó una estrategia de cobertura para todas las plataformas digitales con la idea de que cada protagonista tenga su espacio en el sitio web (a través de un artículo), y publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram. En los posteos explotó el uso de la multimedialidad a través de las imágenes, el hipertexto a través del hashtag #LU19Informa y #Elecciones, y las menciones o etiquetas a cada uno de los entrevistados. Recordemos

que si la expansión de las narrativas se da cuando el usuario tiene la posibilidad de seleccionar los modos de lectura de un mismo relato a través de distintas plataformas, en este caso LU19 contó historias que pudieron interpretarse en cada soporte de manera independiente.

En el recorrido del trabajo evidenciamos una tendencia a la adaptación, sobre todo desde la radio a Twitter o Facebook, al sitio de noticias, y en ciertas ocasiones a Instagram. Los artículos web transcribieron los dichos del protagonista y hay casos en que el único recurso multimedia empleado es el audio completo de la entrevista para escucharla en cualquier momento, sin aprovechar herramientas de la web como fotos, videos o infografías para profundizar la información. Lo mismo ocurre con el hipertexto: no encontramos un artículo que explote la posibilidad de links internos o externos, y que estén incluidos en el cuerpo del texto. Tampoco se suman datos o fuentes complementarias, que salgan de lo que dijo el protagonista al aire. En este sentido, creemos que cuesta escapar de la “mentalidad radial” que impone el formato radiofónico de la entrevista.

Hablamos de adaptación porque comúnmente los contenidos generados en radio también se publican en la web y las redes, y se aprovechan ciertas herramientas digitales como hashtags, links que llevan al sitio de noticias, fotografías, videos y emojis. No podemos decir que predomina el volcado en cada caso, porque la información no circula de un soporte a otro de la misma manera. Tampoco podemos hablar que siempre hubo una expansión en la narrativa periodística; vimos que son la minoría los casos donde se complementa la información con otros recursos que no sean la entrevista o el importe informativo de los móviles.

Concluimos que LU19 se ve obligado a adaptarse al entorno web y desarrollar su contenido online para ampliar sus posibilidades de alcance hacia nuevos usuarios, aún sin una clara planificación previa. Hay dificultad para gestionar estrategias de circulación de noticias desde la radio a distintos soportes digitales, relacionada a la falta de más personal en el equipo periodístico. Según el recorrido que realizamos, vimos que las posibilidades de expansión en la narrativa crecen cuando los movileros de la radio cubren información relevante y colaboran con la generación de contenidos digitales, en definitiva cuando hay más personas en el equipo de producción.

El uso de las redes sociales por parte de LU19 en ocasiones se da de manera poco sistemática, según el tiempo que puedan llegar a dedicarle el equipo de la radio a las plataformas web (nos referimos al sitio de noticias y a las redes), y también dependiendo de las tareas que tienen asignadas cada periodista en determinadas jornadas.

Aportes para pensar en posibilidades de expansión

A partir del recorrido que realizamos a lo largo de esta investigación, nos propusimos confeccionar una serie de recomendaciones con vistas a generar narrativas periodísticas que obtengan expansión informativa en las diferentes plataformas de LU19.

Para la redacción de artículos web, no es que consideremos de manera determinante ignorar las entrevistas realizadas en radio, sino que las fuentes informativas podrían ampliarse, y producir contenidos que podrían ser atractivos para los usuarios por fuera de la producción radial, para de esa manera construir agenda periodística en forma paralela:

- Realización de entrevistas telefónicas fuera del estudio radial: Las mismas pueden grabarse y ser de utilidad para una posterior transcripción o aporte de datos complementarios.
- Realización de entrevistas en persona, ante hechos informativos que puedan capturarse en el lugar.
- Los audios recolectados de entrevistas realizadas dentro o fuera de la producción radial, o los móviles de la AM, pueden ser recortados o divididos en fragmentos para complementar el texto de un artículo. Este recurso multimedia no necesariamente debería adjuntarse de forma completa, yuxtaponiendo los datos informativos. Estos mismos recortes de audios también podrían recorrer de manera personalizada las redes sociales para contar historias de manera resumida.

Mayor aprovechamiento de la multimedialidad en las distintas plataformas digitales:

- Podría generarse un banco de imágenes propias para tratar diferentes temáticas, y sobre todo para que entre ellas no se repitan en la circulación de información a través de las redes sociales. En lo posible, podrían aprovecharse los móviles radiales para capturar fotografías relacionadas a noticias del momento, o destinar personal para cubrir un evento de relevancia (como fue el caso de los cierres de campaña, en la jornada analizada del viernes 21/06). Después de todo, el periodismo sigue estando en las calles.
- Mayor utilización de fotos y videos en el sitio de noticias web y en las redes: En el recorrido que realizamos sobre las distintas jornadas, vimos que eran pocos los casos en los que la web utilizaba herramientas multimedia como variedad de fotos, galerías, o videos. Por el lado de los perfiles de redes sociales, presenciamos ocasiones en las

que las fotografías se repiten de manera excesiva. Facebook e Instagram permiten crear galerías de imágenes para contar historias. Del mismo modo, ofrecen la posibilidad de subir videos propios, como entrevistas en la calle o en estudio, spots (por ejemplo, personal de la radio promocionando una cobertura especial), coberturas de eventos en vivo o en diferido, del tránsito en la ciudad, por mencionar algunos ejemplos.

- Uso de gráficos e infografías: Para contenidos periodísticos que lo ameriten, podrían generarse de manera accesible recursos multimedia e interactivos que podrían ser de atracción para lectores de la web. Un ejemplo de gestor de contenidos para este caso es ThingLink²⁹, que de manera sencilla permite crear infografías y gráficos con un servicio pago.
- El canal de Youtube podría explotarse como una plataforma informativa que brinde contenidos audiovisuales propios, en formatos como informes o clips de noticias.

Mayor uso del hipertexto:

- En la web, podrían utilizarse con más énfasis enlaces dentro del cuerpo textual de los artículos (ya sean internos o externos), y entradas al estilo “Ver más” para profundizar ciertas noticias con publicaciones relacionadas, ubicadas entre párrafos.
- En las redes, si bien vimos casos donde las etiquetas tenían un interesante desarrollo temático como #Elecciones o #CipollettiElige (o #LU19Informa como permanente), los hashtags también podrían englobar contenidos cada día, según los temas de los que se trate o las secciones implicadas, para posicionarlos en los buscadores de las redes sociales.

Mayor empleo de la interactividad comunicativa:

- A través de las redes sociales, LU19 podría plantear encuestas sobre temas del momento para darle espacio a su público y conocer su postura. Siguiendo el caso de las elecciones en Cipolletti y el debate posterior que se generó en torno a las supuestas irregularidades en las elecciones locales, un ejemplo de búsqueda de interacción con la audiencia podría haber sido: “¿Qué opinás sobre la postura de Tortoriello? ¿Tenés pruebas de que hubo irregularidades en la elección?”. Este

²⁹ La plataforma invita a etiquetar “imágenes, videos y medios de 360 ° con acceso instantáneo a información adicional, audio, video, elementos incrustados y enlaces web”. Puede visitarse en: <https://www.thinglink.com/es/>

contenido podría replicarse en las demás plataformas digitales o incluso en la transmisión radial.

- Otra manera de generar contenido a partir de la participación de los usuarios sería cubrir reclamos ciudadanos o consultas que lleguen al equipo de producción a través de las distintas plataformas. Además, podemos pensar en la publicación de material multimedia enviado por usuarios, reclamando alguna situación en particular, o participando de debates o momentos históricos como elecciones, o una nevada en la zona del Alto Valle, por mencionar algunos ejemplos.

Éstas son algunas de las posibilidades que se podrían tener en consideración al momento de planificar estrategias de convergencia con expansión en las narrativas periodísticas. Como mencionamos en las conclusiones generales, por supuesto que el camino hacia este desarrollo de contenidos se facilitaría con mayor personal disponible para la producción periodística.

Bibliografía

- Albarello, F. *“Lectura Transmedia: Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas”*. Ediciones Ampersand. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 2019.
- Arias – Robles, F. y García Avilés, J.A. *“Definiendo la hipertextualidad. Análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución del concepto”*. Icono 14, volumen 14 (2), pp. 48-68. 2016.
- Arias – Robles, F. y García Avilés, J.A. *“¿Un futuro sin enlaces? La mutación del hipertexto en las nuevas pantallas”*. Hipertext.net, n. 15, p. 28-35. Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. 2017.
- Aruguete, G. *“Redes sociales: Una propuesta organizacional alternativa”*. Presentado en Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector. Buenos Aires. 2001.
- Bergero, F. y Lafón, S. *“Con la foto no alcanza”*. Documento de la Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación, UNLP. Disponible en: https://www.academia.edu/4225015/Con_la_foto_no_alcanza_2. 2010.
- Bergero, F. *“Desencuentros en la red. Pactos de lectura en sitios de noticias digitales”*. Tesis de Maestría UNLP. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/34371>. 2013.
- Bergero, F. *“Hábitos informativos de las audiencias argentinas”*. Documento de cátedra. 2014. Disponible en: https://www.academia.edu/31882569/Lectores_y_usuarios_del_papel_a_la_web_H%C3%81BITOS_INFORMATIVOS_DE_LAS_AUDIENCIAS_ARGENTINAS
- Bergonzi, J. C., et al. *“Periodismo Digital en la Argentina: Diseño, interactividad, hipertexto y multimedialidad en sitios de noticias”*. Publifadecs. General Roca. Argentina. 2008.
- Callaza, L. *“La Radio Online en España ante la convergencia mediática: sintonizando con un nuevo ecosistema digital y una audiencia hiperconectada”*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. España. 2018.
- Canavilhas, João. *“Contenidos periodísticos en el ecosistema líquido: Entre la convergencia y la divergencia”*. 5º Foro Internacional de Periodismo Digital. Rosario. 2012.
- Di Placido, A. *“Interactividad usuario-usuario y redes sociales online en el sector turístico. Análisis de las páginas web turísticas oficiales de las administraciones”*.

andaluzas". VIII Congreso *Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Turitec. Málaga, España. 2010.

- Esteve Ramirez, F. *"Estudios sobre información periodística especializada"*. Fundación Universitaria San Pablo C.E.U. España. 1997.
- Gabay, S. *"Transformaciones de la radio en la era digital: El caso de FM LA TRIBU como laboratorio experimental"*. Universidad Nacional de La Plata. Buenos Aires. 2013.
- García González, A. *"De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio"*. *Icono 14*, volumen 11 (2), pp. 251-267. Universidad de Vigo. España. 2013.
- Giacosa, V. *"La convergencia de medios, mucho más que el todo en uno"*. En *Periodismo Digital: En un paradigma de transición*. 2º Foro de Periodismo Digital de Rosario, pp. 59-63. 2010.
- Guallar, J., Rovira, C., Ruiz, S. *"Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles"*. *Revista El profesional de la información*, noviembre-diciembre, v. 19, n. 6, pp. 620-629. España. 2010.
- Igarza, Roberto. *"Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural"*. Ed. La Crujía. Buenos Aires. 2009.
- Islas, Octavio. *"La convergencia cultural a través de la ecología de medios"*. *Revista Comunicar*, vol. XVII, núm. 33, pp. 25-33. Grupo Comunicar. Huelva, España. 2009.
- Jenkins, Henry. *"Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación"*. Ed. Paidós. Barcelona. 2008.
- Jenkins, Henry. *"Narración transmedia: trasladar personajes de libros a películas a videojuegos puede hacerlos más fuertes y atractivos"*. 2003. Revisión de tecnología del MIT: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>
- Kadushin, Charles. *"Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos"*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. 2013.
- Muñoz, José Javier. *"Redacción Periodística: Teoría y Práctica"*. Librería Cervantes, Salamanca. 1994.
- Rivera, Y. *"El hipertexto y la polifonía del sentido"*. Educarambar. 2010. Recuperado de: <http://educarambar.blogspot.com.es/2010/11/el-hipertexto-y-la-polifonia-del.html>
- Rivero M. A. *"Estrategias de convergencia en medios informativos regionales: El caso del diario Río Negro: cómo el medio hizo frente al desafío de una redacción integrada"*. Tesis de grado. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. General Roca, Argentina. 2008.

- Rodríguez, L. "Ponele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes". Ed. La Tribu. Buenos Aires, Argentina. 2011.
- Rost, Alejandro. "Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad?". Ponencia presentada en Congreso ALAIC e Ibercom 2004. Universidad Nacional de La Plata. Publicada en el CD Rom oficial del Congreso (ISBN 950-34-0295-6) y en el sitio Web oficial de ALAIC: <http://www.eca.usp.br/alaic/trabalhos2004/gt18/Alejandro%20Rost.htm>
- Rost A., Bergero F. (Comp.) "Periodismo en contexto de convergencias". Publifadecs. General Roca, Argentina. 2012.
- Rost A., Bernardi M. T., Bergero F. "Periodismo transmedia: La narración distribuida de la noticia". Publifadecs. Neuquén, Argentina. 2016.
- Rost, Alejandro. "Interatividade: Definições, estudos e tendências". En Canavilhas, Joao (Org). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LabCom Universidade Da Beira Interior. Pp 53-88. Covilha (Portugal). 2014.
- Salaverría R., Negrodo S. "Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones". Editorial Sol 90. Barcelona. España. 2008.
- Sama, Gabriel. "Los periódicos pueden aprovechar 'Twitter' para recoger y distribuir noticias". En Erbsen y otros. *Innovaciones en periódicos*. pp 56-59. 2009.
- Scolari, C. "Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva". Editorial Gedisa. Barcelona. España. 2008.
- Scolari, C. "Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital". Publicado en Anuario AC/E de Cultura digital. Acción Cultural Española. 2014. Disponible en: <https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario ACE 2014/6Transmedia CScolari.pdf>
- Scolari, C. "Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan". 342 p. ISBN 978-84-234-1336-2. Ed. Deusto. Barcelona. 2013.
- Tenesaca, J., A. "La narrativa transmedia en la práctica profesional del periodista digital: caso secuestro del equipo periodístico de diario El Comercio". Tesis de grado. Universidad Central de Ecuador. Quito. 2018.

Artículos periodísticos utilizados:

- <https://www.fatpren.org.ar/rio-negro-intervienen-las-radios-lu19-y-lu16/>

- [https://www.hcdn.gob.ar/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/glosario/D/declara_u
til_expropiacion.html](https://www.hcdn.gob.ar/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/glosario/D/declara_u
til_expropiacion.html)
- [https://www.lmcpolletti.com/el-estado-provincial-decidio-intervenir-la-radio-lu19-y-
avanzara-su-expropiacion-n469587](https://www.lmcpolletti.com/el-estado-provincial-decidio-intervenir-la-radio-lu19-y-
avanzara-su-expropiacion-n469587)
- <https://www.lmcpolletti.com/lu19-la-historia-la-voz-del-comahue-n740011>
- [http://www.lu19.com.ar/2018/10/12/lu-19-cumple-55-anos-la-seriedad-y-el-
profesionalismo-es-importante-en-un-medio-dijo-rodrigo-buteler/](http://www.lu19.com.ar/2018/10/12/lu-19-cumple-55-anos-la-seriedad-y-el-
profesionalismo-es-importante-en-un-medio-dijo-rodrigo-buteler/)
- [https://www.rionegro.com.ar/todas-las-inconsistencias-en-la-estatizacion-de-lu19-
KPRN_2095167/](https://www.rionegro.com.ar/todas-las-inconsistencias-en-la-estatizacion-de-lu19-
KPRN_2095167/)
- [https://www.rionegro.com.ar/aprobaron-la-expropiacion-de-lu19-pese-a-
irregularidades-LPRN_2098963/](https://www.rionegro.com.ar/aprobaron-la-expropiacion-de-lu19-pese-a-
irregularidades-LPRN_2098963/)