

# UCUENCA

## Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

### **Análisis del Periodismo Móvil como una nueva forma emergente de hacer periodismo en el diario El Mercurio**

Trabajo de titulación previo a la  
obtención del título de Licenciada  
en Ciencias de la Comunicación  
Social en Periodismo y  
Comunicación Digital


#### **Autores:**

Daysi Carolina Maldonado Yanza

Estefanía Carolina Quituisaca Loja

#### **Director:**

Diego Oswaldo Samaniego Dumas

ORCID:  0009-0000-5905-9152

**Cuenca, Ecuador**

2023-11-10

## Resumen

En este trabajo se analiza la utilización del periodismo móvil en el medio tradicional impreso diario El Mercurio, para descubrir cómo se adaptan e incorporan las nuevas formas de hacer periodismo. El desafío para el medio es mantener su filosofía, pero a la vez crecer con las nuevas tecnologías. Por lo que El Mercurio, sus reporteros y editores necesitan establecer mecanismos de trabajo para cumplir con la demanda de su audiencia que cada vez es más digital. Mediante la utilización de la metodología cualitativa, cinco reporteros dan su experiencia, de cómo convirtieron la reportaría móvil en una herramienta de desarrollo periodístico tanto personal como para el medio. Los resultados, muestran lo que ha conseguido el medio a través del celular incorporando nuevas técnicas para su crecimiento.

*Palabras clave:* periodismo digital, diario El Mercurio, herramientas móviles, evolución del mojo, narración digital



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

### Abstract

This paper analyzes the use of mobile journalism in the traditional media printed daily El Mercurio, to discover how they adapt and incorporate the new forms of do journalism The challenge for the medium is to maintain its philosophy, but at the same time grow with the new technology updates. For El Mercurio, its reporters and editors need you to establish work mechanisms to meet the demand of your audience, which is increasingly more digital. Through the use of qualitative methodology, five reporters give their experience, how they turned mobile reporting into a development tool journalistic both personally and for the media. The results show what the means through the cell phone incorporating new techniques for its growth.

*Keywords:* digital journalism, El Mercurio newspaper, mobile tools, evolution of mojo, digital storytelling



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

**Institutional Repository:** <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

## Índice de contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Introducción .....	12
Capítulo I.....	14
Antecedentes .....	14
1.1. Características del móvil.....	14
1.2. Periodismo móvil .....	15
1.3. ¿Qué es el periodismo móvil? .....	16
1.4. Las primeras cámaras y el smartphone que marcó el periodismo .....	17
1.5. Inicios del periodismo digital en Ecuador .....	19
1.8. Principales exponentes del Mojo .....	21
Capítulo II.....	25
2.1. Cómo dominar el periodismo móvil .....	25
2.2. Tips para realizar una cobertura .....	25
2.3 ¿Cómo hacer una buena cobertura móvil? .....	26
2.4. Ventajas del periodismo móvil.....	27
2.5. Aplicaciones .....	29
2.6. Equipamiento del móvil para la cobertura o kit básico .....	32
Capítulo III.....	33
Análisis de periodismo móvil en el Diario el Mercurio.....	33
3.1. Procedimiento metodológico general .....	33
3.2. Análisis de los resultados .....	39
3.2.1. Inicios.....	39
3.2.2. Evolución. ....	40
3.3 Crecimiento y filosofía del diario El Mercurio .....	41
3.3.1. Su transformación.....	41
3.3.2. Filosofía de El Mercurio .....	42
3.4. Ventajas y desventajas del periodismo móvil.....	44
3.4.1. Ventajas de la utilización del periodismo móvil en el diario el Mercurio .....	44
3.4.2. Desventajas del periodismo móvil en el diario El Mercurio .....	48
3.5. Aplicaciones de edición y herramientas físicas del periodismo móvil en el diario El Mercurio .....	50

# UCUENCA

5

3.5.1. Aplicaciones.....	50
3.6. Rigor informativo .....	52
3.7. Soportes digitales del periodismo móvil en diario El Mercurio .....	55
3.7.1. Redes Sociales.....	56
3.8. Desafíos del periodismo móvil en diario El Mercurio .....	59
Conclusiones.....	61
Referencias .....	63

## Índice de figuras

Gráfico número 1 .....	17
Gráfico número 2 .....	18
Gráfico número 3 .....	44
Gráfico número: 4 .....	48
Gráfico número: 5 .....	55

## Índice de tablas

Tabla número 1.....	34
Tabla número 2.....	35
Tabla número 3.....	38

## Dedicatoria

Para las cuatro personas que más me han dado en el mundo:

Por todo su tiempo, esfuerzo, vida, confianza, dedicación, consejos, bendiciones y amor incondicional, esto es para mis padres Lilia y Guillermo, y mi hermana Janeth, los amo. Al igual que va dedicado para mi talón de Aquiles, mi hija Sofía Victoria, quien es la alegría de mi corazón y mi razón de superación. Gracias por ser mi pequeña compañera de vida.

**Carolina Maldonado.**



## Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme tanta dicha y bendición, al igual que a mi familia que fueron los principales alentadores durante este largo camino, en especial a mis padres que siempre han confiado en mí, gracias por tanto amor; a mi hermana Janeth que ha sido mi soporte, mi compañera y mi alentadora; a mi sobrina Naty que ha sido mi cómplice y a mi pequeña compañera de aventuras, que a pesar de su corta edad se trasnochaba con su mamá, gracias Sofía por ser siempre mi bastón, mi fuente de inspiración y mi motor para seguir.

Asimismo, el resultado de esta investigación es un arduo trabajo en equipo, donde se ve reflejado el esfuerzo, constancia, dedicación, amor por la profesión, momentos de estrés y una amistad sólida. Gracias Estefanía Quituisaca por ser mi mejor amiga, compañera de carrera y de tesis.

De igual manera, quiero mencionar y tener presente a mis amigos que me dieron las aulas universitarias y se volvieron mi familia, gracias a Nathaly Peralta, Franko Esteban y Fernando Marín, por hacer de la universidad un lugar más fácil, lleno de aventuras y complicidades.

Finalmente, un agradecimiento especial a nuestro director de tesis, el Dr. Diego Samaniego Dumas, por todo su apoyo, consejos, paciencia y su tiempo. Y nuestra gratitud al diario El Mercurio y a cada uno de sus colaboradores que fueron pieza clave para nuestra investigación.

**Carolina Maldonado.**

## Dedicatoria

Este trabajo de titulación va dedicado a mi padre por ser mi apoyo incondicional, por enseñarme a luchar por mis sueños. A mi madre por sus bendiciones y consejos llenos de amor durante todos los años de carrera, eres la mejor mami y ser humano del planeta. A mi hermana por ser la persona que más cree en mí y me apoya incondicionalmente.

**Estefanía Quituisaca.**

## Agradecimiento

Agradezco profundamente a Dios por darme fuerza y sabiduría para culminar satisfactoriamente esta etapa de vida, ya que sin su bendición nada es posible.

A mis padres Norma y Manuel que han sido mi principal fuente de inspiración, gracias por apoyarme en mis sueños, por ser fieles acompañantes durante mi carrera, donde hubo muchos días y noches difíciles, gracias por siempre creer en mí.

A mis mejores amigas que fueron el regalo más lindo que encontré en las aulas universitarias: a Carolina Maldonado por ser mi mejor amiga y compañera de tesis ya que sin ella este trabajo no hubiera sido el mismo, a Nataly Peralta por escucharme y apoyarme siempre, gracias por su amistad, de verdad no pude haber tenido mejores amigas que ustedes.

Un agradecimiento especial a mi tutor Dr. Diego Samaniego por su apoyo, confianza y constancia en este trabajo de titulación, ya que sin su guía no hubiera sido posible, gracias a diario El Mercurio por su colaboración para este trabajo.

**Estefanía Quituisaca.**

## Introducción

En el presente trabajo de titulación se realiza un análisis del periodismo móvil, como una forma emergente de hacer periodismo, en el diario El Mercurio, de la ciudad de Cuenca. Con esto se quiere descubrir cómo este medio tradicional se ha sumergido en la era tecnológica; y comprender cómo dicho medio utiliza el dispositivo móvil para crear contenido informativo en el ámbito social, deportivo, político y cultural, dentro de lo regional y lo local.

A partir de lo anterior se procedió a plantear los objetivos de estudio. Dentro del objetivo general se planteó investigar cómo el medio tradicional cuencano El Mercurio utiliza y maneja el periodismo móvil para generar contenido. Además, sobre la base de este objetivo se fueron delimitando qué más se necesitaba saber sobre el medio y su uso del móvil, por lo que, surgieron tres objetivos específicos, a saber: describir cómo el periodismo móvil marca una evolución en el panorama comunicativo del medio; comprobar si el periodismo móvil está acabando con el rigor informativo; y, por último, identificar qué herramientas digitales utilizan los corresponsales al generar un contenido multimedia por medio del móvil.

Una vez delimitado los objetivos, se procedió a realizar una investigación más profunda, la cual está plasmada en los dos primeros capítulos.

En el primer capítulo, se observan los antecedentes del periodismo móvil, para entender los conceptos básicos del mismo. En este capítulo se tratan temas sobre: las características del móvil, donde se da a conocer cómo un artefacto tan pequeño ha ido evolucionando hasta convertirse en un teléfono inteligente; siguiendo esta misma línea de la evolución se encuentran las primeras cámaras y el Smartphone que marcó el periodismo, al igual que los inicios del periodismo digital en Ecuador, hitos del periodismo móvil, principales exponentes y lo más destacado que son sus conceptos.

En el segundo capítulo, básicamente se trata de conocer las bases y el equipamiento tanto físico como tecnológico que todo periodista móvil debería contar. También se incorpora conceptos según autores de las guías del periodismo móvil. Básicamente el contenido trata sobre el dominio del periodismo móvil, desde cómo hacer una cobertura hasta las ventajas que han encontrado los pioneros y diferentes autores internacionales, al igual que las aplicaciones que son necesarias para encontrar un punto medio de comparación con el capítulo tres que ya se basa en el objeto de estudio.

Por último, el tercer capítulo, que hace referencia al trabajo de campo sobre el uso del móvil en diario El Mercurio, en el cual se abordan temas como: sus inicios en el ámbito móvil, la evolución del medio, ventajas y desventajas encontradas durante el uso del celular, manejo

del rigor informativo en la era digital, la inmediatez, y las herramientas móviles como; aplicaciones, soportes digitales y herramientas físicas que necesitan y utilizan los comunicadores de dicho medio. En este capítulo, se aplicó netamente la metodología cualitativa, que consistió en la aplicación de entrevistas a profundidad, que duraron aproximadamente 40 minutos como mínimo y máximo 1 hora. El guion de la entrevista se aplicó a 5 de 7 comunicadores del medio, cuatro de ellos del género masculino y una del género femenino, no fue posible hacerlo por paridad de género, debido, que en dicho medio la mayor parte de los periodistas son varones. Luego de seguir varios protocolos debido a que las entrevistas se llevaron a cabo durante la pandemia del Covid-19, las mismas se dieron de manera virtual por la plataforma Meet, estas fueron grabadas con los permisos de los entrevistados y del medio, además se realizaron en un lapso de 2 meses.

Después de obtener el material y realizar su análisis, se obtuvo los resultados de los objetivos de estudio planteados al inicio de la investigación, ante ello se descubrió cómo un medio tradicional impreso en la ciudad de Cuenca, ha ido evolucionando e incorporando nuevas formas de complementar su información, a la vez cómo ha crecido a través de un artefacto complementario que es el celular. Sin embargo, en esta investigación se puede observar que, a pesar de estar actualmente inmersos en una era tecnológica, dicho medio aún no pretende cambiar su ideología, sino solo ha complementado su labor periodística.

## Capítulo I

### Antecedentes

En el primer capítulo, consta de un trabajo investigativo, donde se dará a conocer los conceptos básicos del periodismo móvil, la historia del mismo, la evolución del periodismo digital en el Ecuador, la convergencia del diario El Mercurio, hitos del periodismo móvil y sus principales exponentes.

#### 1.1. Características del móvil

El ejercicio del periodismo está sufriendo una serie de transformaciones en estos últimos tiempos. Por ello, el proceso de transformación que experimenta la tecnología, las rutinas y los entornos sociales, han sido estudiados por diversos autores a lo largo de los últimos años (Silverstone & al., 1992; Haddon, 2007). En ese contexto, los móviles han sido estudiados, desde un primer momento, como artífices de un cambio sociológico capaces de conformar nuestro día a día. Además, el aumento de usuarios móviles (GSMA, 2018) es una realidad que confirma que la industria de medios se enfrenta a un desafío, que es, el de adaptarse a una audiencia en movilidad que consume contenido a través de dispositivos móviles (Reuters Institute, 2018).

La comunicación móvil alude al acceso a contenidos desde el móvil y a la conexión perpetua de los individuos. Castells, destaca la permanencia y la ubicuidad como dos de los factores que ayudan a entender este fenómeno. (Lopez, Canavilhas, & Westlund, 2019). Además, durante la década pasada el móvil se ha transformado gradualmente en un dispositivo portable. Eso quiere decir que el dispositivo que facilita la comunicación interpersonal ha sido destacado por la mayoría de estudiosos de esta área (Ling, 2004; Fortunati, 2001; Habuchi, 2005; Matsuda, 2005; Wei & Lo, 2006). De hecho, los teléfonos móviles han sido considerados por Ahonen (2008) como la cuarta pantalla o el séptimo medio de comunicación de masas que se impondría a Internet y emergería como el principal canal de comunicación de principios del siglo XXI, así como la televisión lo hizo con la radio.

En efecto, en estos últimos diez años la forma en que se consumen los contenidos ha sufrido una verdadera metamorfosis, los usuarios han pasado de informarse en sus casas frente a un ordenador a llevar consigo las noticias en todo momento y a cualquier lugar, a lo que se atribuye como la cuarta pantalla detrás de medios de comunicación históricos como el cine, la televisión o Internet y el séptimo medio después de la imprenta, las grabaciones, el cine, la televisión, la radio e Internet.

Además, los dispositivos móviles tienen una peculiaridad en relación con todos los medios que les han precedido. Son los accesorios más privados y personales que existen hoy en día. La proliferación de los móviles y de otros medios portátiles ha desafiado la conceptualización tradicional de la relación entre la tecnología de la comunicación y el cuerpo.

Los teléfonos móviles son exclusivos y únicos, porque podemos llevarlos con nosotros a cualquier lugar y en todo momento (Silva, 2013). También, el teléfono móvil se comprende como un elemento imprescindible para hacer frente a la nueva estructura social que afecta e incide en las implicaciones humanas, en las interacciones personales y en las intervenciones entre organizaciones e instituciones sociales (Geser, 2004).

Por otra parte, el lanzamiento del iPhone de Apple en el año 2007 marca el inicio de una nueva era en el proceso de digitalización y crea un nuevo estándar para comprender el significado de las comunicaciones móviles y los medios en particular (Scolari, Aguado, & Feijoo, 2012) y, además, gran parte del éxito de la difusión de la telefonía se debe a sus características adherentes: ubicuidad, carácter personal, translocalidad y conectividad. Aguado y Martínez (2006)

## 1.2. Periodismo móvil

Durante décadas el periodismo ha sido la recopilación de información, sucesos e investigación, en donde colaboran más de una persona en la elaboración de una sola noticia ya sea ésta escrita o multimedia, es decir era un trabajo conformado por un reportero, un camarógrafo y en algunas ocasiones personas encargadas del sonido y maquillaje. Además, al regresar al medio de comunicación con el contenido obtenido, por lo general, este era entregado a otra persona, para que sea editado de forma tradicional en un monitor, que como consecuencia este proceso tomaba tiempo y era un producto que apenas duraba entre tres a cinco minutos y no respondía a la inmediatez de hoy en día para producir y transmitir las noticias.

No obstante, las nuevas tecnologías en la actualidad representan un gran desafío y oportunidad en el desarrollo del ejercicio periodístico, existe la manera de cubrir y realizar estas tareas periodísticas con equipos de fácil acceso, de manejo común y de menor tamaño como lo es un teléfono móvil que se utiliza para grabar, tomar fotografías y editar audio, video y texto, es una opción para los reporteros y los medios de comunicación tradicionales que tienen como reto presentar a sus audiencias productos nuevos, noticiosos y en algunos casos en vivos que son desarrollados desde diferentes lugares, obviamente

incluyendo estándares de calidad como es la nitidez de imagen, enfoque y un encuadre horizontal para ser retransmitido a través de las pantallas ya sean televisivas o en plataformas digitales como Facebook, Instagram y twitter, a lo que se le denomina periodismo móvil (*mojo*). Además, es necesario precisar que el fenómeno del periodismo móvil no ha llegado a conceptualizarse unánimemente desde el punto de vista académico. En principio, se ha querido englobar a esta disciplina como sucesora del periodismo multimedia cuando, en realidad, se trata de un campo totalmente nuevo y con características propias. La diferencia la establece el componente de la movilidad que abre espacio para diversas interpretaciones dentro de este nuevo contexto. Algunos autores, en la tentativa de aproximarse a una explicación más fidedigna de esta nueva práctica periodística, optaron por denominar «periodismo digital móvil» (Campbell, 2007).

### 1.3. ¿Qué es el periodismo móvil?

Según, Glen Mulcahy (2018), considerado como padre del periodismo móvil define que: "El *MOJO* es una visión purista, es decir, es una forma de combinar herramientas y habilidades tecnológicas para transformar contenido en historias completas para el consumo masivo del usuario". En pocas palabras, es un proceso de recolección y entrega de noticias utilizando un Smartphone o una Tablet, convirtiéndose en tendencia de cobertura de sucesos e información de última hora. En cambio (Llorca, 2017), define al periodismo móvil como aquel que ha nacido fuera de la redacción y que se da en vivo y en directo; un modelo que ha existido siempre pero que ha crecido con la popularización de los teléfonos inteligentes, que han favorecido la velocidad de las comunicaciones y también el material gráfico que cualquiera que se encuentre en el mismo lugar puede optar para apoyar sus afirmaciones.

De igual manera para (Mariano Cebrián, Jesús Miguel Flores, 2011) afirman que el periodismo móvil ya no es un periodismo estancado en posiciones tradicionales e inamovibles sino que adquiere un mayor dinamismo en los asuntos que aborda en la ampliación de protagonistas de los hechos, declaraciones y opciones, y que absorbe la evolución del periodismo de los medios tradicionales presente en sus dispositivos terminales, promueve el de los cibermedios con el acceso a Internet e impulsa otros recursos propios.



#### 1.4. Las primeras cámaras y el smartphone que marcó el periodismo

Durante un largo tiempo, las naturalezas de las nuevas tecnologías no sólo han modificado el modo en el que vive y se informa la sociedad, sino también las formas de hacer periodismo (Briggs, 2013). Por ello hay que mencionar ciertos avances tecnológicos que fueron esenciales para dar paso al periodismo *MOJO*, iniciando con 1925 hasta llegar al 2007 con el lanzamiento del iPhone que marcó un antes y después en el ámbito de la información, dando a relucir cómo se han aprovechado las transformaciones tecnológicas para innovar la manera de crear notas informativas.

**1925 - La prensa impresa y la Leica:** La historia del periodismo móvil no podría entenderse completamente sin volver al lanzamiento de la Leica en 1925. La pequeña cámara de 35 mm diseñada en 1913 por Oskar Barnack en los talleres de la empresa alemana Leitz, no solo fue una gran innovación tecnológica, sino que también representó una auténtica revolución conceptual que cambiaría el fotoperiodismo del siglo XX. La Leica 1 dio a los fotógrafos y reporteros libertad de movimiento, permitiéndoles dejar su equipo pesado en el estudio y salir al exterior. Podrían concentrarse en capturar momentos, en la acción, en contar historias visuales. Como ejemplo, el trabajo de los fotoperiodistas como Robert Capa o Henri Cartier-Bresson y la fundación de la agencia Magnum en 1947 nunca hubieran sido posibles sin sus pequeñas Leicas.



(Barnack, 2017)

#### Gráfico número 1

##### 1953-La televisión y el “Walkie-Looki

A fines de la década de 1930, después de las primeras pruebas de transmisión, no era difícil entender que la televisión cambiaría por completo la forma en que estaríamos informados y entretenidos en los años venideros. Sin embargo, el equipo de grabación era grande y pesado y solo se podía usar dentro de los estudios y en los sets. En el mejor de los casos podría transportarse en grandes camiones para cubrir eventos muy especiales como la coronación de la reina Isabel II en 1953, sin duda un hito clave en la historia de la BBC. Pero no fue hasta la aparición del *Walkie-Lookie De RCA*, la primera cámara verdaderamente portátil, que los

reporteros podían salir y moverse entre la gente. Solo así el mundo podría experimentar en primera persona y sin dejar sus sofás lo que estaba pasando ahí fuera. Pero sí, todavía en blanco y negro.



(WNBC, n.d.)

### Gráfico número 2

**2007 - Internet y el iPhone:** Durante la década de 1990, Internet comenzó a acumular una enorme cantidad de información y pronto se convirtió en el lugar al que todos acudirían para averiguar qué estaba pasando en el mundo. Pero actualizar el contenido no fue una tarea inmediata ni accesible para cualquiera. La década siguiente fue clave, con la llegada de la Web 2.0 que facilitó la interacción del usuario, aparecieron blogs y nacieron las redes sociales, pero la edición aún tenía que hacerse desde una computadora en la oficina. En 2007, el lanzamiento del iPhone lo cambió todo, cambió la forma de comunicarse, escuchar música e informar, pero especialmente cambió la forma en que toda la humanidad comenzó a crear y compartir contenido de una manera rápida, fácil y global. Al igual que con la primera Leica.

Sin embargo, antes del lanzamiento del iPhone, el mercado de móviles estaba dominado por dispositivos BlackBerry, Windows Mobile y Symbian, pero el desembarco de Apple acabó con la "segmentación perfecta", una suerte de oligopolio entre fabricantes que diseñan terminales orientados a un tipo de público muy específico, lo que se traduciría en móviles que a veces no llevaban cámara de fotos, o eran incapaces de reproducir música o instalar los pocos videojuegos que existían entonces.

Con la llegada de este smartphone al mercado y al mundo, el término *Mojo* o periodismo móvil se acuñó por primera vez en la redacción del diario Fort Myers News-Press, en la costa oeste de Florida, EE.UU en el 2005 debido a una propuesta que consistía que los reporteros envíen sus noticias directamente desde la calle y vayan actualizando la página web del periódico con contenido nuevo, incluso en ocasiones con pequeñas cápsulas de vídeo, que consistía como parte del proyecto de aproximación al periodismo hiperlocal y ciudadano. WESTLUND, O. (2018).



(Fotos: La evolución de los iPhones, desde el 2007 hasta la actualidad, 2017)

### 1.5. Inicios del periodismo digital en Ecuador

Es indispensable mencionar cómo llegó el periodismo digital al Ecuador y cómo este marcó en los medios de comunicación tradicionales del país para pasar de lo impreso a lo digital. Ramón Salaverría (2001) define “como la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

En los inicios, el medio pionero no solo en Ecuador sino también en América latina fue, el Diario Hoy que publicó un boletín informativo en la red en 1994, poco tiempo después se unieron otros medios como diario El Comercio, publicando sus notas escaneadas y un enlace a la nota desplegada hacia otras secciones. Para los próximos años siguió avanzando y ya contaba con una edición mucho más amplia y parecida a la impresa. En el caso de Universo, comenzó a utilizar la web a partir del 1977 su contenido estaba realizado con html, contaba con gráficos fijos de baja calidad. Para el año 2004 ya comenzaron a nacer los primeros medios 100% digitales con la ayuda de la web como Ecuador Inmediato y Ciudadanía Informada.

Sin embargo, el periodismo digital no tuvo un buen inicio debido a que las condiciones del internet no eran muy adecuadas, además de ser un servicio muy elevado monetariamente y no todos los usuarios tenían acceso a ella, por lo que la web no daba la rentabilidad económica a los medios de comunicación. Años más tarde, los medios establecidos y emergentes empiezan a respaldarse en las redes sociales ya que estas se caracterizan por ser instantáneas y con un incremento notable de la participación de la audiencia que cada vez es más crítica e incluso ya no solo son receptores sino también productores de información, gracias a la ventaja que ofrece el celular y, además, a través de enlaces permiten que las personas accedan a la nota completa.

### 1.6. Convergencia de diario El Mercurio.

El medio cuencano El Mercurio fue fundado el 22 de octubre de 1924, por la empresa tipográfica “Sarmiento Abad Hermanos”, cuando apenas la ciudad tenía 3.000 habitantes y las noticias del exterior llegaban por medio del Telégrafo, convirtiéndose en el primer diario de la ciudad que actualmente tiene 97 años de historia en el periodismo cuencano, por ello, durante la primera década del periódico fue conducida por tres directores: el primero, el Dr. Carlos Aguilar Vásquez, después ocupó este cargo el doctor. Manuel Moreno, y, posteriormente, el señor José Sarmiento Abad, sin embargo, para el año 1935 El Mercurio pasa a manos de Nicanor Merchán Bermeo, su nuevo propietario, además, dentro de esta administración como director actual es el Dr. Nicanor Merchán Luco.

Cabe recalcar que la edición del diario se hacía a través de la tipografía móvil. En aquella época, por ejemplos, para escribir la palabra Cuenca, se buscaba letra por letra y se tardaba 24 horas en hacer el periódico impreso, para luego pasar a las mesas de doblaje y el personal realizaba este proceso para posteriormente distribuirlo para la venta, con una gran diferencia a la realidad actual, escribir una nota ya no toma mucho tiempo y su difusión es inmediata con la implementación de la tecnología y con el uso del internet. Por ende, el diario fue creciendo, abriéndose camino a las redes sociales y a su página web, disponible tanto para los celulares, computadoras o tablets, la era digital del medio, empezó en 1925, por lo que en la actualidad lleva 26 años de surgimiento en la red.

### 1.7. Hitos del periodismo móvil

En Ecuador no existen datos sobre cuándo empezó la utilización de los móviles o que sucesos fueron cubiertos por los mismos, puesto que, los principales acontecimientos y denominados pioneros dentro del Mojo se dieron en diferentes países internacionales.

Uno de los primeros datos cubiertos con un dispositivo móvil fue el atentado en el metro de Londres el 7 de julio de 2005, emitidos por BBC y ITV de forma ininterrumpida, sus coberturas fueron muy representativas gracias al uso de teléfonos móviles para recolectar información que fueron enviados por personas que se encontraban en el lugar de los hechos. Así mismo, en agosto de 2006, en Estados Unidos, el proyecto “*iReport*” fue lanzado por la CNN, en el cual tenía una temática fue sencilla, la utilización de un móvil cualquiera para realizar vídeos, escribir una noticia y enviarla en cuestión de minutos, antes de que la CNN pueda enviar un reportero al lugar de los hechos. Tuvo una buena acogida con el consumo

de noticias debido a la inmediatez con la que distribuía la información en redes, y aprovechó este resultado para poner en marcha una aplicación para el iPhone o iPod Touch, la cual permite ver el contenido en directo de la CNN en los dispositivos, además, los usuarios pueden enviar fotos y vídeos de forma sencilla.

Por otro lado, los primeros incidentes cubierto con el celular fueron: La masacre de Virginia Tech el 16 de abril de 2007; Las protestas en Birmania en otoño de 2007; Los ataques terroristas en Bombay del 26 al 29 de noviembre de 2008; Los incendios en California en 2007; El accidente de aviación en el río Hudson el 15 de enero de 2009 y lo que sucedió tras las protestas que siguieron a la victoria de Mahmud Ahmadinejad en Irán. Estos casos pudieron darse a conocer y ser de conocimiento público, porque fueron grabados con el celular, ya que al ser un artefacto pequeño pasó desapercibido ante el caos y la situación de riesgo.

Hoy en día muchos medios que están expuestos al peligro, optan por recolectar información con los smartphones, ya que, es una manera fácil y discreta para cubrir diversos temas sociales, políticos, narcotráfico y de guerras, situaciones que requieren que los periodistas sean más cautelosos.

## **1.8. Principales exponentes del Mojo**

### **1.8.1. Michael Rosenblum**

Nació en el año de 1954, es uno de los primeros impulsores y sus avances fueron la base del periodismo móvil. Alrededor de 1996 empezó a tomar forma el primer movimiento de masas, con los periodistas de televisión que filmaban su propio contenido, no obstante cuando Rosenblum convenció a la empresa Time Warner de establecer una nueva estación de televisión en Nueva York llamada NY1, la misma que a diferencia de cualquier otra estación en aquel momento, está, se construyó sobre la premisa de que los periodistas filmaron y reportaron ellos mismo las historias. Durante casi 30 años, el señor Rosenblum ha estado a la vanguardia de la revolución digital, y todo este tiempo, ha liderado el impulso de la alfabetización por video, el replanteamiento completo de cómo se hacen y controlan la televisión, y los videos en línea. Este autor ha sido el impulsor y fuente de inspiración para el padre del periodismo móvil, Mulcahy.

### 1.8.2. Glen Mulcahy

Mulcahy, es el padre del periodismo móvil, fundador de Titanium Media una organización internacional de capacitación en medios de comunicación especializada en periodismo móvil, creación de contenido de 360º y cinematografía de drones. Anteriormente ocupó el cargo de jefe de Innovación en RTÉ, emisora pública nacional de Irlanda, además, es entrenador experto de la Fundación Thomson que ha impulsado el crecimiento del periodismo móvil en las salas de redacción de RTÉ de Irlanda y en otras cadenas de televisión europeas. Fue el primero en armar un kit de periodismo móvil de “primera generación” en el año 2011 y al año siguiente, presentó una investigación en la conferencia anual de Circom en Malmo, Suecia y 5 meses después, dio su primer curso de formación de Circom Mojo que se celebró en Budapest (Hungría).

También, ha inspirado y capacitado a más de 1500 periodistas en Europa, Medio Oriente y Estados Unidos en televisión, radio, medios impresos y en línea, además, fundó Mojocon, la primera conferencia internacional de periodismo móvil que se celebró anualmente de 2015 y en mayo de 2017 y, según el autor, el mojo dominará las noticias y esperaba que para el 2020, cuando la 5G se generalice, el mojo dominará las noticias”.

### 1.8.3. Matías Amigo

Matías amigo, argentino, realizador audiovisual, autor de la guía *Iniciación al periodismo móvil* y primer latino en dictar una conferencia en el *Mojo fest* en Irlanda, el cual, es el evento más importante en el mundo sobre el *Mobile Journalism*. El autor, ha explorado las ventajas del celular y los motivos por los que los medios de comunicación tradicionales se sienten inseguros ante la idea de utilizar e incorporar el periodismo móvil en sus medios.

Su primera experiencia con el móvil journalism fue cuando estuvo una pequeña temporada en Tanzania (África) y lo único que tenía era un teléfono sencillo, logró hacer un video corto que subió a su portal, y desde aquel momento, el autor ha publicado tres libros guías, denominados; *Iniciación del periodismo móvil*; *Guía de iniciación del periodismo móvil 2.0*; y *Mentes móviles iniciación al periodismo móvil*, cada uno estos, cuentan con la colaboración de expertos en diferentes áreas.

### 1.8.4. Torben Stephan

Es el director del programa *Media Programmer Asia del Konrad-Adenauer-Stiftung*, la principal fundación política alemana, e impulsor de la auténtica guía sobre periodismo móvil llamada: *mobile journalism Online* o periodismo móvil en formato en línea, que contiene consejos

prácticos, y esta guía es creada con un total de 15 periodistas provenientes de diferentes países.

Stephan es un profesional de la industria con muchos años de experiencia en medios, incluyendo el haber trabajado como corresponsal y editor en varios periódicos alemanes. Además, ha asesorado a diferentes redacciones de la región de Asia en la transición a la era digital. En 2009 junto a la empresa, publicaron el primer libro con el título “*Mojo- Mobile Journalism in the Asian Region*”, que tuvo una actualización en 2011 y 2012 y que aún se considera como una publicación exitosa.

#### **1.8.5. Corinne Podger**

Corinne es líder en el tema de periodismo móvil y coordinadora de la conferencia anual de periodismo *mojo* para Asia en colaboración con *Konrad Stiftung*. Además, es la directora de la Agencia de Habilidades Digitales y una consultora que enseña periodismo móvil, multimedia, redes sociales y habilidades de producción con un enfoque en tecnología.

Desde 2013, ha impartido formación en más de 25 países y tiene clientes influyentes como la Fundación Thomson Reuters, BBC Media Action, la Asociación Mundial de Editores de Periódicos, la Unión de Radiodifusión de Asia y el Pacífico, la Federación Mundial de Periodistas Científicos, el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo y la Organización Mundial de la Salud.

Su enseñanza se basa en 30 años de experiencia continua en la industria como periodista multimedia, principalmente con BBC World Service y ABC Australia.

Corinne se desempeña como asesora del Observatorio Europeo de Periodismo, como jueza de los Premios de Medios Digitales de WAN-IFRA y actualmente es profesora de periodismo online en la Universidad de Sydney.

#### **1.8.6. Urbano García Alonso**

Nació el 3 de febrero de 1965, es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid e inició su carrera profesional en la Cadena COPE y el periódico Extremadura.

En 1986 ingresó en Radio Cadena Española, es ex director de RTVE y actualmente es director general de la Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales (CEXMA) y profesor de periodismo móvil emergente.

## 1.8.7. Camilo Estrada

Director y editor con experiencia de más de 12 años en producción audiovisual para televisión y la web.

También, realizó estudios de maestría en Brasil y durante su tiempo en ese país comenzó a experimentar con el uso de móviles como herramientas para la producción de video de donde deriva su proyecto Trovador Contenidos Móviles y en el 2016, dirige la producción de un micro reality show con transmisiones en vivo para la marca Coca-Cola realizado casi en su totalidad con dispositivos móviles y en el año 2018, dirigió *Inside SmartFilms*.



## Capítulo II

### 2.1. Cómo dominar el periodismo móvil

En la actualidad la inmediatez, demanda velocidad en la realización de productos visuales, la cámara de un celular ya no solo crea videos o imágenes, también crea diferentes productos o servicios, ya que genera contenido móvil al servicio de empresas y negocios, de hecho, el teléfono inteligente es una máquina de producción de contenido multimedia de alta calidad que transforma al periodista en un productor de contenido móvil. Sin embargo, el mismo debe de contar con aplicaciones para edición, postproducción, grabación de color, gráficos para mejorar la calidad de la producción, etc, es indispensable disponer de aplicaciones para almacenamiento, para enviar y recibir contenido.

Además, con la convergencia de los medios, los prosumidores, las salas de redacción, y profesionales de la comunicación han tenido que experimentar cambios en los nuevos entornos comunicacionales, como los soportes tecnológicos (móvil), a través de los cuales los periodistas van a poder producir, archivar, publicar artículos, fotos, audios y vídeos, sin necesidad de cargar con un ordenador portátil (computadora), facilitando y agilizando el trabajo a los denominados *REMOS* (reporteros móviles), quienes deben tener un conocimiento profundo sobre tecnología móvil, las ventajas de la utilización del mismo y las herramientas necesarias para realizar una cobertura y transmitir un acontecimiento, cambiando el rol tradicional ya que este se convierte en su propio camarógrafo y editor.

### 2.2. Tips para realizar una cobertura

Realizar una cobertura con el celular, no es diferente a la manera convencional (cámara), puesto que ambos deben tener información previa para armar y contar una historia. En los dos casos se debe documentar, contrastar información a través de fuentes etc, pero también se debe tener en cuenta algunas diferencias como: la duración de la batería del dispositivo, la capacidad de memoria y el formato de archivo, el periodismo móvil, requiere que el periodista trabaje a un ritmo más rápido, dado que puede compartir su informe directamente en las redes sociales o salir en vivo ya sea televisión o medios digitales, por eso, es necesario que antes de realizar una cobertura, el productor de la información debe tener en cuenta algunos tips.

### 2.3 ¿Cómo hacer una buena cobertura móvil?

Así como en una noticia se necesita responder a las 5w (técnica que representa las preguntas que se hacen los lectores al momento de buscar una información) para que el mensaje sea entendido por el público, es necesario que los periodistas móviles respondan a las siguientes interrogantes antes de realizar una cobertura. ¿Dónde estamos? ¿Qué está pasando? ¿Quién está involucrado?, para luego informar y hacer entender al público el porqué de los acontecimientos, así mismo antes de activar la cámara es necesario pensar que tomas son las más adecuadas para la historia que está contada, pensar si los planos utilizados son los correctos, para que los receptores entiendan el mensaje que se quiere transmitir y evitar que la información se tergiverse.

Existen 9 planos de cámaras que se pueden utilizar al momento de realizar una cobertura, los cuales se deben de emplear en el momento adecuado de acuerdo a la historia, por ejemplo, un plano general panorámico (generalísimo), se puede utilizar para mostrar el lugar de los hechos en gran escala, los planos medios pueden ayudar a mostrar qué está pasando y quién está involucrado. Los planos detalles darán la información más detallada que le aportarán el atractivo a la historia. Si quiere que el entrevistado sea el protagonista de la escena el plano medio corto será de gran ayuda.

Otro factor muy importante al momento de grabar o realizar un live, es la iluminación, no tener en cuenta este aspecto puede ocasionar que las imágenes sean muy oscuras o muy claras, para evitar estos inconvenientes es necesario que el sol está detrás de la persona y no les dé directamente a los ojos para evitar dañar su expresión. En el caso de no tener ningún tipo de luz ubicar a la fuente en otro lugar o realizar la entrevista con la cámara selfie para que la misma luz del móvil ilumine su rostro.

Los teléfonos avanzados ofrecen una manera muy rápida y simple de grabar y editar audios. Para que las grabaciones sean exitosas es necesario que durante esta actividad el celular esté en silencio para evitar distracciones que dañen el audio. Así mismo evitar taparlo con los dedos al momento de grabar y no permitir la entrada del sonido, es necesario también revisar el ruido de fondo de la calle, registrar un audio en lugares con demasiados sonidos indeseados puede arruinar una grabación y aumentar la hora de trabajo ya que tomaría mucho tiempo limpiarlos y a veces no se logra limpiar del todo. Si se utilizan micrófonos externos debe saber qué tipo de adaptador funciona con el móvil. Los usos de micrófonos externos mejoran notablemente la calidad del audio, incluso el micrófono que viene por defecto con los

auriculares de nuestro Smartphone tiene muy buena calidad. Cabe recalcar que, el móvil les da a los periodistas una gran libertad para que puedan ser creativos al momento de mostrar una información, ya que el celular ofrece herramientas como: como un timelapse, bucles de tipo boomerang y pantallas divididas, que pueden mejorar los vídeos para los medios sociales, haciéndolos más llamativos e interactivos.

#### 2.4. Ventajas del periodismo móvil

El profesor (Anthony Adornato, 2020) periodista móvil en Ithaca College, menciona que: *el* *mojo* es la clave visual para acercarse a las historias y estar más cerca de los lectores y los espectadores. Es la principal herramienta de información para el público de hoy, es el vocabulario de las imágenes más cercanas a nosotros, la caja mágica de la que sacamos nuevos productos, nuevos mensajes, nuevos formatos.

Además, según el video periodista Leonor Suárez, quien utiliza la cámara del smartphone no solo para hacer tomas cortas sino principalmente para hacer reportajes largos y documentales (50 minutos de duración), mencionar sus ventajas son las siguientes:

1. **Abre nuevas puertas al periodismo móvil a la mayoría de profesionales:** Eso quiere decir, que la cámara del móvil es la única que siempre va contigo, porque es pequeña, pesa poco, es fácil de transportar y se puede usar en entornos y situaciones en las que una cámara profesional es, o demasiado grande, o demasiado intrusiva.
2. **Favorece los contenidos multiplataforma:** El móvil abre las puertas a ese universo llamado redes sociales, donde está la mayor cantidad de audiencia y no sólo local sino mundial. Permite que contenidos largos tengan mayor difusión y genere interés incluso antes de que se estrenen.
3. **Fomenta la creatividad:** La innovación alimenta las nuevas plataformas de comunicación como son las redes sociales, así generan nuevas maneras de contar historias, nuevos lenguajes, nuevos formatos, que enriquecen a la narrativa y flujo de trabajo 'tradicional' si se logra tender un puente entre ambos.
4. **Fácil de aprender:** Empezar a grabar con un móvil es muy fácil, porque en poco tiempo, se puede grabar y editar un vídeo. Pero hay que tener en cuenta que, para convertirse en un profesional del periodismo móvil, debe desarrollar habilidades y competencias para hacer un producto de calidad 'broadcast' es mucho más complicado.

5. **Autonomía Grabar:** Un documental o un reportaje exige abundantes medios técnicos y humanos: se requiere material especializado y profesionales que lo operen, pero con el móvil puedes ir al fin del mundo y contar la historia de la primera persona que encuentres allí. Y hacerlo en directo (si tienes cobertura), sin interrupciones que se interpongan. El móvil te da libertad para contar la historia.
6. **Ahorra dinero:** Un buen equipo, sumado a un kit de última generación cuesta menos de USD \$1000. Además, no necesariamente se necesita de un equipo grande. Abarata costos de producción.
7. **Calidad 4K:** Las nuevas generaciones de iPhone, comenzando por el iPhone 6S, permiten grabar, editar y subir vídeos 4k. El Periodismo Móvil no está limitado por falta de calidad de imagen. Aunque la mayoría de las cámaras Broadcasting graban en HD, el Mojo ya proporciona calidad 4K. Esto otorga más opciones al momento de editar.
8. **Movilidad:** Grandes grupos de personas y equipos pesados ya no son necesarios para contar una historia: Los periodistas con smartphones pueden ser más rápidos para contar una noticia de última hora. Además, el Periodismo Móvil permite a los periodistas acceder a lugares que antes eran inaccesibles.
9. **Seguridad:** mejora la seguridad de los periodistas. El uso de un teléfono inteligente en lugar de un equipo pesado de video permite que el periodista sea menos perceptible y capaz de mezclarse con la multitud.
10. **Transmisión en vivo:** Los smartphones están preparados para transmitir en vivo de una manera más simple y económica si lo comparamos con los equipos tradicionales. Las apps hacen que transmitir en vivo sea fácil y cautivar audiencias en tiempo real es clave para los centros de noticias, ya que tienen la habilidad para medir el rendimiento del contenido. Las transmisiones en vivo desde las redes sociales permiten cambiar el estado del público, de ser solo espectadores a protagonistas (pasivo/ activo), ya que siempre existe la posibilidad de interactuar con el periodista a través de comentarios y reacciones.

## 2.5. Aplicaciones

Saber con qué elementos se cuenta para realizar contenido multimedia, abre puertas, cuantas más aplicaciones (*Apps*) se conozca, más opciones para comunicar y mejorar la calidad del trabajo. Por ello, Apple ha sido durante años una empresa que encabeza la producción de hardware, tanto en laptops, tabletas y obviamente celulares de alta capacidad, por ejemplo los Smartphone en la actualidad se han convertido en una herramienta multimedia muy poderosa, gracias a su sistema operativo pionero de aplicaciones, que últimamente, son impulsores en el desarrollo de cámaras de alta calidad y es importante saber que aplicaciones son necesarias para fotografía, audio, edición, transmisión en vivo, etc.

### Fotografía:

1. **Cámara nativa:** La cámara nativa tanto del iPhone como de Android es muy buena y sencilla de manejar. No solo la toma de la fotografía es importante, sino también la información descriptiva sobre el contexto, calidad, condición y características de la foto que tiene el mismo.
2. **Rumio Cam:** Cámara con opciones variadas y control casi total sobre la imagen.
3. **Snapseed:** El mejor editor de fotos para Android, con una interfaz super fácil e intuitiva mejora tus fotos un 100%.
4. **Pixabay:** Banco de imágenes gratuitas
5. **Adobe Lightroom:** Es un editor de fotos, que viene con una cámara incluida con varias configuraciones y modos. Es una aplicación que permite utilizar la cámara e ir directamente a editar las imágenes sin salir de la aplicación. Además, cuenta con multitud de filtros, efectos de Photoshop en tiempo real, controles especiales para el modo retrato y más.

- **Audio**

1. **Ferrite:** Para grabar audios de entrevistas cuando la única opción es usar el micrófono del móvil. A pesar de que lo ideal es usar un buen micro, dependiendo del interlocutor y el ambiente en el que se grabe.
2. **Notas de Voz/Grabadora de voz:** En conjunto con un micrófono lavalier y un iPhone antiguo de baja capacidad, se obtienen audios de muy buena calidad en las entrevistas.
3. **Field recorder:** Graba en wav o mp3 con un gran control sobre el audio.

4. **Audio elements:** Es una aplicación de música con todas las funciones con grabación, mezcla, reproducción en vivo con efectos y seguimiento múltiple.
5. **Recforge II:** Sirve para grabar, convertir, reproducir, editar y compartir grabaciones en los códecs de audio más populares.
6. **Dolby On.** Esta app viene con la función de grabar infinitamente, esto depende del almacenamiento del móvil, además permite editar de forma sencilla y rápida además contiene efectos establecidos como: lírico, natural, profundo, golpe, etc. Y, una vez finalizada la edición, podrás exportarlo en formato MP3 y compartirlo a tus redes favoritas.

- **Video**

1. **Filmic Pro:** Tiene el control sobre las funciones de la cámara como foco (que inclusive se puede automatizar), exposición, ISO, obturador, reducción de ruido, posibilidad de grabar en diferentes espacios de color para corrección de color profesional. Es la aplicación más usada en el mundo Mojo y también se encuentra disponible en Android.
2. **Apple Clips:** Es útil, confiable y fácil de usar. Con Clips grabas videos PTC o selfie y la aplicación automáticamente transcribe lo que dices y lo aplica al video. Puedes escoger diferentes estilos y filtros. Sirve también para compartir en redes sociales cuando las personas consumen tu contenido en móvil y no tienen audífonos.
3. **Hyperlapse:** Se utiliza para tomar varias fotos y las junta para mostrar el paso del tiempo.
4. **Double Take:** Es la última creación de Filmic Inc. (Filmic Pro), es una app que transforma el iphone en un estudio multi cámara, permitiendo capturar video de dos cámaras al mismo tiempo.
5. **Camera Mx:** Es un editor que tiene más de una función porque permite grabar y editar fotografías, además tiene la función de volver en el tiempo hasta el momento previo a la captura de una imagen para elegir y guardar la escena. Tiene un gestor de archivos multimedia y un álbum on line, en el que guardar o compartir los vídeos.

- **Edición**

1. **Adobe Rush:** Rush permite conectar tus cuentas de redes sociales para publicar el video directamente una vez haya terminado de procesarlo. Ideal para cubrir eventos en redes sociales.

2. **Mojo:** Una aplicación que he explorado poco pero que permite crear contenido para el formato historias y video vertical en redes sociales con plantillas y textos.
3. **Snapseed:** Excelente aplicación de Google para edición de fotos.
4. **Luma Fusión:** Esta aplicación para editar video rivaliza con una sala de edición: efectos con keyframes, audio ducking, posibilidad de exportar XML para continuar editando en otro software de edición y grabación de audio directamente
5. **KineMaster:** Es un editor que cuenta con todas las herramientas para la edición de video, permite corregir el color, añadirles gráfico, recortalos. Además, permite utilizar efectos, filtros y transiciones. Finalmente, puedes elegir la resolución y los fotogramas por segundos al exportar el vídeo.

- **Transmisiones en vivo:**

1. **Frame:** Con esta aplicación se pueden compartir archivos de vídeo y versiones finales para revisión por parte de directores y productores de forma ágil y segura
1. **Facebook:** Es una red social que permite realizar en vivos(live) de una forma fácil y sencilla, basta con entrar a una página o perfil desde cualquier dispositivo tan solo usando la aplicación y accediendo al área de compartir estado, seleccionar la opción "Video en vivo" y se puede comenzar a transmitir.
2. **Instagram:** Es una red social que, al igual que Facebook, permite realizar lives de una forma sencilla y rápida.
3. **Open Broadcaster Software (OBS):** Es una aplicación libre y de código abierto para la grabación y transmisión de vídeo por Internet (*streaming*), permite captura de fuentes de video en tiempo real, composición de escena, codificación, grabación y retransmisión.

## 2.6. Equipamiento del móvil para la cobertura o kit básico

Para una cobertura, es necesario que el celular no solo cuente con las aplicaciones digitales sino también con otro tipo de herramientas como un *El kit Mobile* el cual permite hacer tomas sorprendentemente estables incluso cuando el periodista esté en movimiento, para de esa manera mejorar la calidad y avanzar en la experiencia con el periodismo móvil, los periodistas pueden usar complementos de hardware y adaptar su smartphone a un kit que se adecúe a sus necesidades.

Tener un equipamiento confiable a la hora de realizar una cobertura es muy importante porque de esa manera las tomas y audios estarán de mejor calidad y será más cómodo para el periodista grabar. Un kit básico cuenta con un Grip, que es una herramienta útil para hacer tomas estables y de esa manera las imágenes no se distorsionen, además de un trípode que sea liviano y fácil de armar y desarmar. Los trípodes, son esenciales en entrevistas o tomas con movimiento en el campo de acción. Los Rigs de mano y Selfie Sticks pueden ser muy útiles para usar la creatividad y hacer tomas distintas. Para captar mejor el audio es necesario tener micrófono y auriculares, estas herramientas mejoran notablemente la calidad del audio, además se puede monitorear el audio de lo que se está grabando. Es necesario también tomar en cuenta la duración de la batería del celular.



## Capítulo III

### Análisis de periodismo móvil en el Diario el Mercurio

#### 3.1. Procedimiento metodológico general

La metodología de esta investigación es netamente de corte cualitativo, se optó por esta opción, dada la versatilidad de la misma, la cual, permite recopilar y analizar datos no numéricos, puesto que, los resultados son expresados en palabras. Esta técnica, ha sido de mayor utilidad en la investigación, por qué se puede aplicar las entrevistas en profundidad para dilucidar el objetivo general, que es investigar cómo el medio tradicional cuencano, diario El Mercurio, maneja el periodismo móvil para generar contenido.

Cabe recalcar, que las entrevistas fueron realizadas después de varios protocolos. Primero, se obtuvo el permiso de la Gerente General del diario El Mercurio, la licenciada Marina Merchán, luego se procedió a contactar al jefe editor, el Lic. Diego Montalván, quien proporcionó la nómina de los periodistas con su respectiva área y correo electrónico, sin embargo, con algunos de los reporteros de la nómina que se les contacto no se logró obtener una respuesta, por lo cual, fueron buscados y contactados por medio de sus redes sociales: Facebook, Instagram, y WhatsApp, y además, a través de estas, se obtuvo una respuesta favorable, por lo que finalmente concretadas las entrevistas, estas fueron realizadas de manera virtual mediante la plataforma Meet, como lo estaba planificado previamente, debido a la apretado agenda de los comunicadores y también por tema de distancia de las entrevistadoras.

Como resultado, los comunicadores entrevistados fueron en total cinco de siete, cuatro de ellos del género masculino y una del género femenino, no fue posible hacerlo por paridad de género, debido a que, en el medio, la mayor parte de los periodistas son varones. Por otra parte, con dos de los periodistas, no se logró las respectivas entrevistas, ya que, en el caso del Lic. Fabián Orellana de la sección de crónica nunca obtuvo una respuesta y de forma similar pasó con la Lcda. Fernanda Ramón de la sección de economía, fue contactada pero la misma había renunciado y esta área quedó vacante durante todo el proceso investigativo.

Por consiguiente, una vez acabadas las entrevistas, se procedió con el tratamiento de los datos, es decir: transcribir cada una de las entrevistas, realizar una lectura a profundidad para analizar los resultados, también, subrayar lo más importante del discurso, desechando lo que no aporta al objeto de estudio en cuestión. y encontrando los posibles factores comunes, y

así obteniendo diferentes categorías y variables, las cuales son indispensables en una investigación cualitativa.

Por último, cada una de las entrevistas duraron entre cuarenta minutos como mínimo y una hora como máximo, además, el orden planificado en el planteamiento de preguntas fue alterado según las respuestas de los comunicadores. De igual manera, el tiempo previsto para realizar las mismas fue de 15 días, sin embargo, este también fue alterado debido a los quebrantos de salud de algunos de los comunicadores debido a la Covid-19, por lo que se alargó a 2 meses.

Después de lo expuesto, se presenta la nómina de periodistas entrevistados, temas abordados, eje temático y cuestionario de preguntas como parte de la metodología.

### **Nómina de los periodistas entrevistados**

<b>Periodistas</b>	<b>Área</b>
1. Ismael Alvarado	Deporte
2. Christian Sánchez	Ciudad
3. Bolívar Pérez	Región
4. Isaac Peña	Periodista móvil
5. Jacky Beltrán	Editora web

**Tabla número 1.**

**Elaboración: Estefanía Quituisaca y Carolina Maldonado.**

## Temas abordados

Una vez realizada la investigación previa del tema, se procedió a realizar el cuestionario de preguntas con base a los objetivos planteados, el cual, únicamente sirvió de referencia, puesto que, durante las entrevistas surgieron nuevas preguntas de acuerdo a las respuestas de los entrevistados.

## Ejes Temáticos

Temática	Definición categorial
<b>Inicios</b>	Año de inicio, como empezó, con quién, qué noticia.
<b>Evolución</b>	Personal encargado en el periodismo móvil, como se maneja, desde que año , que formatos utiliza y crecimiento del medio
<b>Ventajas y desventajas</b>	Cuales son y que conlleva cada una de ellas.
<b>Uso de herramientas</b>	Aplicaciones y herramientas físicas para realizar periodismo móvil.
<b>Rigor informativo</b>	La utilización del móvil está contribuyendo o quitando al rigor informativo.
<b>Redes sociales</b>	Facebook, TikTok, Instagram, Sitio Web, WhatsApp, Messenger.
<b>Retos futuros</b>	Desafíos con el avance tecnológico.

Tabla número 2

Elaboración: Estefanía Quituisaca y Carolina Maldonado.

## Guión de la entrevista

1. ¿Qué piensa Ud. ¿Qué diferencia al diario El Mercurio de la competencia?
2. ¿El mercurio dejará de ser impreso y se convertirá netamente en digital?
3. Para el diario El Mercurio y sus colaboradores fue difícil adaptarse a este nuevo formato de hacer periodismo.
4. ¿Desde su perspectiva y experiencia que ventajas y desventajas le ha traído al medio?
5. A pesar de las ventajas que tiene el MOJO, cree que es una amenaza para la profesión, en el sentido de perder el rigor informativo.
6. Las aplicaciones que permiten tomar notas o incluso editar audio y video son muy prácticos, pero se puede estar arriesgando la calidad del trabajo.
7. ¿La llegada de las redes sociales, será tal vez un impulsor en la utilización de los móviles en el diario?
8. ¿Cree que el periodismo móvil funciona sin las redes sociales?
9. La utilización del teléfono móvil ayuda al medio a responder a la inmediatez.
10. ¿Cuáles son las plataformas digitales o redes sociales que consume más la audiencia?
11. ¿Cómo un medio reconocido de información, los comunicadores disponen o son equipados adecuadamente para dar un producto de calidad que reclama la audiencia?  
¿Eso quiere decir que les dan cámaras, estabilizadores, micrófonos y camarógrafos?
12. ¿Qué tipo de aplicaciones utilizan en el móvil y cuáles recomendaría?
13. Cuando el material obtenido por medio del celular, es de baja calidad, tanto en audio como imagen
14. En las coberturas importantes y planificadas se utiliza el periodismo móvil o se va por las cámaras profesionales.
15. ¿Existe alguna diferencia en una transmisión en vivo con cámara o con el celular?
16. ¿Todo tipo de historias son susceptibles de ser contadas con un móvil?
17. ¿Puede la incorporación del móvil cambiar el rol del periodista ante un mercado de comunicación lleno de prosumidores o personas con habilidades, producción de contenido?

18. ¿Por qué los medios de comunicación deberían realizar periodismo móvil?
19. ¿Cree que, a través del periodismo móvil, se logra captar el lado más humano de una historia debido a que el móvil es menos invasivo?
20. ¿Usted cree que el teléfono móvil es fundamental en el periodismo del presente del medio?
21. Usted como periodista cree que el móvil sustituirá a las cámaras tradicionales por completo con el tiempo.
22. ¿Cuáles serán los próximos retos que traerá para el diario el mercurio, la utilización del celular?
23. ¿Qué piensa Ud. ¿Qué diferencia al Diario El Mercurio de la competencia?
24. ¿El mercurio dejará de ser impreso y se convertirá netamente en digital?
25. Para el diario El Mercurio y sus colaboradores fue difícil adaptarse a este nuevo formato de hacer periodismo.
26. ¿Desde su perspectiva y experiencia que ventajas y desventajas le ha traído al medio?
27. A pesar de las ventajas que tiene el MOJO, cree que es una amenaza para la profesión, en el sentido de perder el rigor informativo.
28. Las aplicaciones que permiten tomar notas o incluso editar audio y video son muy prácticos, pero se puede estar arriesgando la calidad del trabajo.
29. ¿La llegada de las redes sociales, será tal vez un impulsor en la utilización de los móviles en el diario?
30. ¿Cree que el periodismo móvil funciona sin las redes sociales?
31. La utilización del teléfono móvil ayuda al medio a responder a la inmediatez.
32. ¿Cuáles son las plataformas digitales o redes sociales que consume más la audiencia?
33. ¿Cómo un medio reconocido de información, los comunicadores disponen o son equipados adecuadamente para dar un producto de calidad que reclama la audiencia?  
¿Eso quiere decir que les dan cámaras, estabilizadores, micrófonos y camarógrafos?
34. ¿Qué tipo de aplicaciones utilizan en el móvil y cuáles recomendaría?
35. Cuando el material obtenido por medio del celular, es de baja calidad, tanto en audio como imagen
36. En las coberturas importantes y planificadas se utiliza el periodismo móvil o se va por las cámaras profesionales.
37. ¿Existe alguna diferencia en una transmisión en vivo con cámara o con el celular?
38. ¿Todo tipo de historias son susceptibles de ser contadas con un móvil?

39. ¿Puede la incorporación del móvil cambiar el rol del periodista ante un mercado de comunicación lleno de prosumidores o personas con habilidades, producción de contenido?
40. ¿Por qué los medios de comunicación deberían realizar periodismo móvil?
41. ¿Cree que, a través del periodismo móvil, se logra captar el lado más humano de una historia debido a que el móvil es menos invasivo?
42. ¿Usted cree que el teléfono móvil es fundamental en el periodismo del presente del medio?
43. Usted como periodista cree que el móvil sustituirá a las cámaras tradicionales por completo con el tiempo.
44. ¿Cuáles serán los próximos retos que traerá para el diario el mercurio, la utilización del celular?

**Tabla número 3**

**Cuestionario elaborado por:**

**Estefanía Quituisaca y Carolina Maldonado**

## 3.2. Análisis de los resultados

### 3.2.1. Inicios

Los inicios del periodismo móvil en el diario El Mercurio, según la investigación desarrollada a través de las entrevistas, surgieron hace 10 años, con el periodista Christian Sánchez, quien en aquel momento se encargaba de cubrir las áreas de “ciudad” y “crónica”, actualmente el mismo solo cubre el área de ciudad. Según relata el pionero y su editor en jefe, Diego Montalbán, que el primer incidente cubierto en el año 2013, fue un accidente de tránsito en la ciudad de Cuenca, en la avenida primero de mayo, cerca de la calle 12 de abril, percance que se dio a conocer de manera online, específicamente con el móvil en la red social Facebook, creando desde entonces una expectativa a futuro con este artefacto. Sin embargo, la incorporación del periodismo móvil en el medio aún no tomaba fuerza, porque para muchos era algo que desconocían, pero que causaba mucha expectativa entre ellos.

Por ejemplo, para Ismael Alvarado, reportero de deportes, menciona que:

Al escribir en las plataformas del diario, si nos ayuda bastante, obviamente antes se debe contar con una base de conocimientos en redacción, porque al pasar por un proceso digital, si cambia, y causa un poco de temor, pero si se mantiene un poco de lo tradicional, lo único que queda es adaptarse nada más.

No obstante, a pesar de ser uno de los medios más grandes y antiguos de la ciudad Cuenca, aún no optan por incorporar nuevas formas de hacer periodismo y eso que este medio fue parte de un experimento sobre el periodismo móvil mucho más antes de 2013, pues según el capacitador ecuatoriano de Cobertura Digital, Christian Espinoza en su tesis *“En sintonía con los nuevos cambios tecnológicos en la radio latinoamericana”*, menciona que incorporaron al periodista de judiciales en aquel tiempo para la cobertura móvil de sucesos y policiales en el diario El Mercurio. Es decir, al participar en dicho experimento, el medio ya tenía constancia sobre el uso del periodismo *MOJO* desde hace 12 años, sin embargo, el medio se ha retrasado en incorporar esta nueva forma de hacer periodismo, inclusive en la actualidad, según versiones de la editora web, el medio cuencano tiene una evolución lenta, por falta de recursos económicos para lograr armar un equipo íntegramente digital. (Espinoza, 2011)

### 3.2.2. Evolución.

En el año 2011 diario El Mercurio fue parte de un experimento con el uso del celular, no obstante, el primer paso del medio hacia el periodismo móvil fue hace 10 años, sin embargo, apenas en el año 2020 los directivos optaron por incorporar este formato. Por ello, el primer paso fue contratar al personal destinado para esta área, que es el periodista Jorge Isaac Peña, actualmente en el diario no se lo conoce como periodista móvil sino como reportero web.

No obstante, en el mismo año que Peña empezó a experimentar con el móvil, llegó la pandemia de la Covid-19, provocando que el uso de esta herramienta tomara fuerza, inclusive comentaba en la entrevista que esta nueva forma de hacer periodismo ya no solo se utilizó en una área en específico, sino que los reporteros de cada sección optaron por utilizar el *MOJO*, debido a las condiciones por las que el mundo entero estaba atravesando y está facilitaba su manera de transmitir las noticias, entonces cada uno experimentó llegó a experimentar el periodismo móvil a pesar de ya tener una área destinada.

Por ejemplo, para el periodista Bolívar Pérez, del área de región, sus coberturas móviles empezaron cuando:

Llegó la pandemia hace 2 años y se profundizó más el uso del celular, porque con esto se daba a conocer la noticia al instante, se tenía el hecho en tiempo real, más que todo se capta el interés de las personas y al mismo tiempo llegar a la mayor cantidad de oyentes y de lectores que es el objetivo del medio.

Mientras que para el periodista Christian Sánchez, de la sección de ciudad, mencionó que: Empezamos hacer periodismo móvil, a raíz que llegaban los cambios, como el streaming y las transmisiones en vivo en las redes sociales, que con la pandemia era algo que todos estaban haciendo y esto antes solo se podía hacer a través de Peris cope en Twitter y había algunos otros programas y plataformas donde podíamos hacer transmisiones en vivo, pero no eran tan comunes como lo es ahora.

Por otro lado, hay que destacar que el periodismo móvil empezó como una especie de experimento en el diario El Mercurio, porque querían saber el grado de aceptación en las redes sociales por parte de la audiencia, e incluso Isaac Peña durante este proceso experimental empezó cubriendo las ruedas de prensa, actos sociales y buscando historias, sin embargo, aún no obtenían lo que buscaban, observaron que los datos no funcionaban y no estaban siendo consumidos masivamente como ellos pretendían.

Ante ello, Jackie Beltrán expresó que:



Nos dimos cuenta de que subíamos entrevistas completas y la gente no miraba, tenían un alcance de mil reproducciones que para nosotros es muy bajo, ya que, siendo un medio de gran alcance, mil reproducciones es mínimo, entonces buscamos maneras con el mismo Peña para lograr un gran alcance, y nos dimos cuenta de que, si utilizamos una frase impactante, y notas cortitas teníamos más reproducciones, entonces esto lo fuimos incorporando para llegar a la gente.

Por otra parte, después de que el medio analizará el Engagement de las notas periodísticas y obtener resultados más claros sobre qué consumía más la audiencia, se implementaron nuevas formas y técnicas para generar un mayor impacto en las redes sociales, al igual que con la página web, por ello, se implementaron dos nuevos formatos:

- El primer formato son las transmisiones en vivo, que es el que actualmente funciona y es utilizado por la mayoría de los periodistas del medio. Por ejemplo, antes se realizaban las grabaciones de forma horizontal 4:3 y ahora se utiliza de forma vertical, que prácticamente es una adaptación completa al periodismo móvil, porque los usuarios comenzaron a utilizar y consumir contenido vertical a raíz de espacios como TikTok, los Reels, y las historias de Instagram.
- El segundo formato son las entrevistas cortas. Por lo general, son realizadas a autoridades de la ciudad y a personas o personajes de la ciudad, procurando siempre que el tiempo no sea más de dos minutos, porque la audiencia no consume mucho tiempo, entonces la información se vuelve más concreta y precisa.

### **3.3 Crecimiento y filosofía del diario El Mercurio**

#### **3.3.1. Su transformación**

El periodismo móvil ha logrado que el medio no solo sea consumido localmente, sino que se distribuya y se consuma de manera global. Esto ocurre gracias a que la información de este medio está publicada en las redes sociales, pero a través de estas no solo son consumidos en redes, sino también en su sitio web, ya que sus publicaciones cuentan con notas cortas que enganchan al lector y despiertan su curiosidad de continuar leyendo, pero este es dirigido a su sitio web por medio de la hipertextualidad. De igual importancia, con las redes sociales el medio cuencano ha conseguido una interacción directa con el público, provocando que los usuarios no únicamente sean lectores, sino intermediarios, porque comparten sus

publicaciones sin ninguna restricción y a través de ellos se forma una cadena de información, consiguiendo llegar a más usuarios.

El periodista Christian Sánchez piensa que:

El periodismo móvil ofrece un mayor alcance, porque si una nota se publica en el periódico escrito de pronto no lo puede leer alguien que esté en la China, pero si se hace periodismo móvil, periodismo digital, sí puede llegar a más lugares, es más global, va mucho más allá, entonces, El Mercurio puede llegar a más lugares, a más sectores, el periodismo móvil nos ayuda a llegar a más público”.

Al igual que Sánchez, la editora web menciona que:

Si no existieran todas esas herramientas digitales que tienen las redes sociales, el periódico hubiera muerto porque cada vez vende menos y tiene menos impacto, el periodismo se ha transformado, eso hace que ahora nos vean de cualquier lado del mundo y nos consumen en cualquier momento sin ningún problema.

Por lo expuesto anteriormente, se puede deducir que las redes sociales sirven para llegar a un público amplio y no solo local, además con las ventajas que tiene como: los comentarios, las frases impactantes, el hipertexto, las notas cortas y las transmisiones en vivo, han sido herramientas valiosas para aumentar las visualizaciones y mayor consumo digital de este medio cuencano.

### **3.3.2. Filosofía de El Mercurio**

A pesar de que la evolución de lo digital ha transformado al periodismo en general, esto no ha influenciado totalmente en el diario El Mercurio para que deje su filosofía de ser un medio tradicional impreso, al contrario, la llegada de la tecnología ha sido solo un complemento en su crecimiento. Además, según comentan sus directivos, que no han considerado en cambiar al diario en un medio netamente digital, a pesar de contar desde hace algunos años con un sitio web de noticias y estar inmersos actualmente en las redes sociales y esto ha sido debido a sus limitaciones económicas.

Así mismo, otra de sus principales razones para mantener su filosofía, es por su público fiel que aún consume el periódico impreso, ya sea por costumbre, por cultura o por la necesidad de informarse, y eso que con el pasar de los años su audiencia ha bajado significativamente, incluso sus principales consumidores se han vuelto en mayor parte las personas adultas.

Por ejemplo, B. Pérez expresó que:

Hay gente que compra El Mercurio, a veces por costumbre más que por informarse, porque el periódico, es parte de la tradición de los cuencanos, la gente muchas veces llega a los puestos de venta, dice: deme El Mercurio, pero a veces ni leen, o a veces solo ven la portada y lo guarda.

Igualmente, otra de sus razones por la que no cambian su visión los directivos, es porque, a través del periódico impreso, obtienen la mayor parte de sus recursos económicos. Por ello, el medio solo se ha ido transformando y adaptando lentamente a las redes sociales, más no han desaparecido y eso que sus impresiones tienen cada vez menos papel.

Es así como lo menciona, J. Beltrán: *“En un mes X, por ejemplo, había quedado el diario con poco material (papel) y tuvimos que imprimir 15 páginas de las 20 habituales”*. De lo indicado por la periodista, se infiere que la producción del diario se reduce, más no deja de circular. Además, cabe recalcar que, la baja de productividad no solo se debe a los recursos económicos del medio, sino también por la escasez de materia prima, debido a que, las empresas que producen el papel periódico disminuyeron por el cierre de algunos periódicos impresos en todo el mundo.

Según los directivos consultados, actualmente queda una empresa distribuidora de papel para todos los medios impresos de América en general, la cual, se encuentra en Canadá, en las provincias de Ontario y Quebec, antes también contaban con una empresa chilena, pero debido a que está en el sur del continente y tuvo una baja producción, esta cerró, por lo que ahora, solo queda una fábrica que distribuye y con precios elevados, causando que algunos medios compren cada vez menos material y otros medios tenga una transición completa a lo digital.

Además, según Nicanor Merchán Luco, en la sección de opinión del Diario El Mercurio expresó que: *“muchas de las empresas de producción de papel periódico empezaron a cerrar sus puertas a principios del año 2021 y, además, desde junio del mismo año el costo del papel empezó a crecer de manera acelerada hasta incrementarse del 2% al 4% cada quince días, lo que ha causado un desabastecimiento importante”* (Merchán, 2022).

### 3.4. Ventajas y desventajas del periodismo móvil

Luego de revisar el material de las entrevistas utilizadas en esta investigación; transcribirlas, modificarlas y agruparlas sobre la base de factores comunes o también llamados regulares, dio como resultado las siguientes categorías analíticas referentes a la utilización del periodismo móvil en el diario cuencano, el mismo que está desglosado en los siguientes gráficos:

#### 3.4.1. Ventajas de la utilización del periodismo móvil en el diario el Mercurio



**Gráfico número 3**

**Elaborado por: Carolina Maldonado y Estefanía Quituisaca.**

#### 1. Mayor alcance

Según el experto en producción audiovisual y estrategias de contenido y análisis en YouTube, Enric Llonch menciona que “*El alcance hace referencia a la cantidad de usuarios que han visto una publicación dentro de cualquiera de las redes sociales*”. (Llonch, 2021) Cabe recalcar que esta era una aspiración como medio y han obtenido, con la utilización del periodismo móvil, no solo han aumentado en el número de visualizaciones, sino también de seguidores que consumen de forma local, nacional e internacional. Pues según Jacky Beltrán, esto se debe a la utilización intensificada del móvil por parte de los usuarios, causando que el público

quiera consumir más contenido y que opten por este, ya que está posicionado como un medio con más credibilidad.

## **2. Interacción.**

Según Tony Tran, Amanda Adame, “la interacción hace referencia al número total de veces que un usuario interactuó con una publicación. Esto incluye likes, compartidos y comentarios.” (Tony Tran, Amanda Adame, 2019) Por ejemplo, para diario El Mercurio no solo ha logrado obtener un mayor alcance, también ha conseguido en sus redes sociales crear nuevas formas narrativas de contar historias y que estas sean más didácticas, llamativas e interactivas con los usuarios de las diferentes redes sociales, de esta manera potenciando su contenido con el uso de las transmisiones en vivo.

Es así como lo menciona el periodista de deportes, Ismael Alvarado, las transmisiones en vivo para mí, es lo mejor, ayuda bastante a crecer en el medio y al medio, porque con la nueva época tecnológica todo es al instante la información, claro que, depende de la manera que se transmite la información, porque prácticamente todo el mundo puede hacer una transmisión en vivo, pero depende siempre de la forma en la que haga y también de qué medio de comunicación, para tener mayor credibilidad.

## **3. Disposición de material periodístico.**

El hacer periodismo móvil tiene múltiples ventajas, entre ellas reutilizar el material periodístico, es decir, que un solo tema noticioso se podría adaptar a las diferentes redes sociales, ya sea, en formatos como video, imagen y audio.

Por ejemplo, para J. Peña mencionó que:

De una misma noticia, se puede hacer un video corto entretenido para tiktok, de ese mismo tema se puede reciclar y se puede hacer una noticia más de fondo para la web y así se puede ir adaptando el mismo contenido para las diferentes plataformas, ya sea Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp.

## **4. Inmediatez:**

Según Nuria Monfort, “la inmediatez es la rapidez con la que se propaga la información en los medios de comunicación debido al internet y su forma de mantener conectadas a las personas sin importar la distancia” (Sánchez, 2013). Para diario El Mercurio, la inmediatez, no ha sido una herramienta de competencia con los medios digitales, sin embargo, han procurado buscar

maneras para dar a conocer la información cada vez más instantánea, y lo han logrado con las transmisiones en directo, exponiendo y distribuyendo la noticia de una forma más ligera y en tiempo real, lo que antes todo esto, era un gran reto para los medios.

De hecho, Peña menciona que:

Antes solamente los medios de comunicación grandes, que tenían la tecnología para hacer una microonda, podían realizar una transmisión en vivo de un evento o de lo que sea, en cambio, ahora cualquiera puede mostrar en vivo lo que está pasando, solo se necesita tener conexión a internet y esto, al diario El Mercurio ha ayudado mucho a distribuir su información.

### **5. Es menos invasivo.**

Glen Mulcahy el padre del periodismo móvil, atribuye que: *“Las cámaras de los móviles son menos invasivas, nos permiten llegar a sitios donde hay que buscar una relación más cercana, más íntima y que se puede llegar al fondo de la información y una información mucho más humana”* (Mulcahy, 2018). Eso quiere decir, que, con el uso del móvil, se podría obtener una información más profunda y es por el hecho que la mayoría de personas están asociadas a este artefacto y les resulta familiar, incluso con el móvil se puede pasar desapercibido y el reportero puede ingresar a todas partes, captando los hechos y sin delatarse tanto en situaciones peligrosas, aunque no en todos los casos se podría utilizar este artefacto.

Por ejemplo, para el periodista Bolívar Pérez, hacer periodismo móvil es menos invasivo y permite captar el lado más humano, porque hay gente que se asusta con las cámaras, que no quieren que los grabe, que no quiere incluso las grabadoras, que solo son audios, les tienen miedo, por el contrario, viendo solo el celular, dicen ya está bien y permiten hacer el trabajo.

Por otro lado, con una opinión dividida, el periodista Jorge Peña menciona que: *“No depende con que se capta la información para encontrar el lado humano, porque el lado más humano se puede encontrar de varias formas o estrategias, más no depende de un formato específico”*.

Al igual que, para el periodista, Sánchez menciona que: *“depende de quién lo haga, la preparación del periodista, sus códigos deontológicos, su capacidad de empatía, incluso de su responsabilidad”*.

De lo expuesto, se puede inferir que el móvil si es menos invasivo y que permite llegar a la fuente y al hecho con mayor naturalidad, pero también depende del periodista de que quiere mostrar y cómo lo va a hacer.

## 6. Es menos costoso.

Para G. Mulcahy, durante décadas, la recopilación de noticias, fue una actividad de múltiples personas, consistía principalmente en un periodista, un camarógrafo, una persona encargada del sonido y, a veces, un productor, y que por lo general el contenido siempre era editado tradicionalmente por un editor de vídeo “artesanal” en el medio (Amigo,2018, como se citó Mulcahy, 2018).

No obstante, hoy en día, todo este proceso ha sido reducido, en especial en diario El Mercurio, incluso han reducido costos en personal debido a que el periodista ha tenido que adaptarse. Por ejemplo, Bolívar Pérez menciona que:

El celular para mí, es un artefacto muy fácil de utilizar, porque tiene una cámara más pequeña y cómoda, yo con celular grabó las entrevistas, edito el video, envié a la web, prácticamente ya no necesito ni traer una libreta para las entrevistas, todo está en mi celular, todo está en mi teléfono, pero lo mejor que al medio le ahorra mucho dinero.

Por otro lado, para Matías Amigo, en su Guía de iniciación al periodismo móvil 2.0, menciona que: *“Un buen equipo, sumado a un kit de última generación, cuesta menos de 1.000 dólares. Además, no necesariamente se necesita de un equipo grande, porque se reducen los costos en personal y producción”*

Es así como para Ismael Alvarado, periodista de deportes, menciona que:

En un teléfono que se guarda en el bolsillo de la casaca, se tiene toda una herramienta de trabajo, es como decir la filmadora, la cámara fotográfica, la libreta, el esfero, todo está en un solo aparatito pequeño y no necesita de un dispositivo sea muy caro para hacer su trabajo, solo tener ciertas aplicaciones necesarias y la mayoría se descargan gratis.

## 7. Logística:

El principal objetivo de la logística es entregar al público un producto bueno en el momento preciso y con el menor costo posible. En este aspecto quedan relegados los grandes grupos de personas y equipos pesados que ya no son necesarios para contar una historia. Los periodistas con smartphones pueden ser más rápidos para contar una noticia de última hora. Además, el periodismo móvil permite a los periodistas acceder a lugares que antes eran inaccesibles e incluso tener noticias de diferentes sitios al mismo tiempo, así lo afirma el periodista Bolívar Pérez:

En el tema de logística, se puede cubrir más de un lugar a la vez, por ejemplo, yo puedo estar en Cuenca cubriendo un evento, pero si al mismo tiempo pasa un hecho en Paute, otro en Santa Isabel, así como, otro en Ponce Enríquez, entonces el celular ha facilitado para tener la información e incluso cubrir al mismo tiempo a través de enlaces en vivo con algunos colegas de otros medios, y también compartiéndonos información, eso quiere decir tener el contacto de la persona involucrada para completar la noticia.

### 3.4.2. Desventajas del periodismo móvil en el diario El Mercurio

#### DESVENTAJAS DEL PERIODISMO MOVIL



miro

#### Gráfico número: 4

Realizado por: Estefanía Quituisaca y Carolina Maldonado.

#### 1.Cambios acelerados.

Cuando se habla de los cambios acelerados, se hace referencia que la prensa escrita, en este caso, ha estado inmersa en adaptarse a las nuevas plataformas y canales digitales, es decir, el periodismo y los periodistas han tenido que cambiar su manera de comunicar y ejercer su profesión con relación a su audiencia digital.

La editora web menciona que:

Las nuevas formas son muy rápidas y aceleradas, al ser un medio de comunicación tradicional y con limitación de personal, por ejemplo, no alcanzamos a cumplir con todas las expectativas, nosotros necesitamos desarrollar más contenido que lo hemos podido hacer y eso es justamente porque el móvil es una competencia constante por llamar la atención debido a todas las aplicaciones que se puede tener en un celular, en cambio, el periódico impreso no competía con nadie.

Lo cierto es que la calidad profesional sigue amenazada no solo por el mal uso de las tecnologías en algunos contextos, sino también por aspectos inherentes a las malas



condiciones laborales en que se encuentran periodistas de diferentes partes del mundo, precisamente por la sobrecarga laboral, la pérdida del poder crítico y la capacidad de autorregulación de la profesión (Arroyave & Blanco, 2005).

## **2. Dependencia**

Trabajar con el celular, ha causado que muchos de los comunicadores sean pasivos e incluso dependientes del celular para hacer su trabajo. Por ejemplo, Bolívar mencionó que:

“Antes se debía ir hacia la fuente, salir e incluso viajar varias horas para llegar a un punto, por lo que, el trabajo era más presencial, ahora el celular limita a solo llamar a las fuentes o colegas provocando sedentarismo”.

Así mismo, otra de las dependencias, es la necesidad de contar con servicio de internet, datos móviles y redes sociales, ya que el periodismo móvil no funcionará sin las redes sociales, porque no tendría un canal de distribución.

## **3. No pasa por un filtro**

Diario El Mercurio, al tener como uno de sus formatos base, la transmisión en vivo, tiende descuidar la revisión previa del material que se va a publicar, ya que, al ser una transmisión en vivo, esta no se puede controlar y puede tener errores.

Por ejemplo: B. Pérez, menciona que:

A veces se comete errores en las transmisiones, que no se puede rectificar como un nombre mal dicho, un suceso mal explicado, datos no contrastados y que una vez expuesto en la red, miles de usuarios pueden ver, capturar o incluso bajar el video, y tanto el diario como el periodista perderían credibilidad.

Además, como otra desventaja dentro de esta, es que, el periodismo móvil depende de la tecnología y la inmediatez, marcado una diferencia con el periodismo de investigación, por ejemplo, en el periodismo de investigación hay muchas más fuentes, hay mucho más material para dar ese contraste, en cambio, en el periodismo móvil es bastante limitado en el tema discursivo mencionó Peña.

## **4. Tecnología**

El periodismo móvil al depender de un móvil como herramienta principal, tiene múltiples desventajas con relación a este, se puede quedar sin batería, almacenamiento, colapsar al

momento de realizar una nota periodística, en especial en la edición, no contar con señal para realizarlos en vivos, no guardarse la información, inclusive perderse o ser robado el celular, por lo que la información que contenga se perdería conjuntamente. Yo por lo general trabajé conjuntamente con mi editor en Jefe, como soy de región nos toca salir, y un día nos fuimos a un recorrido a Machala siguiendo la vía Cuenca Girón-Pasaje, y teníamos miedo que nos roben el teléfono porque por ese lado es peligroso y más porque toda, pero toda la información teníamos en mi celular, ni siquiera podíamos enviar al medio o a otro celular porque no había señal, entonces todas las entrevistas y las fotos solo tenía yo. Entonces nos volvemos muy dependientes de un artefacto e incluso lo cuidamos como si fuera un bebe porque contiene información importante y así no debería de ser las cosas.

### 3.5. Aplicaciones de edición y herramientas físicas del periodismo móvil en el diario El Mercurio

#### 3.5.1. Aplicaciones

Una aplicación móvil, o *app* (en inglés) es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en dispositivos móviles. Las cuales se pueden instalar en los dispositivos móviles de una manera fácil, solo depende de una conexión a internet para ser descargadas y se encuentran disponibles tanto para sistemas Android como iOS.

Dentro de este marco, para Diario El Mercurio, contar con aplicaciones móviles fue fácil y necesario, puesto que con estas obtuvieron ventajas al momento de realizar sus coberturas móviles, siendo esta un complemento para realizar su trabajo. La aplicación móvil más utilizada por los comunicadores de dicho medio es **CapCut**.

Esta es una aplicación gratuita destinada para la edición de videos cortos en formato vertical, dicha aplicación estaba predestinada para creadores de contenido, ya que fue desarrollada por la empresa China Byte Dance, quienes son los propietarios de TikTok. Además, la aplicación de edición se ha convertido en una de las aplicaciones más descargadas en todo el mundo, puesto que está disponible tanto para sistema Android como iOS de forma gratuita.

Para los comunicadores de dicho medio, esta *app*, les resultó ser familiar, fácil de manejar y con múltiples funcionalidades típicas que encuentras en un editor de vídeo profesional de paga. Entre las funcionalidades que tiene esta aplicación son:

- **Transiciones:** La app permite crear una serie de transiciones para aplicar, tanto a los vídeos como a los textos.

- **Texto, stickers y emojis:** Permite añadir diferentes formatos de texto, como subtítulos, que se puede agregar manualmente o automáticamente. También permite crear títulos, que se pueden animar utilizando una serie de plantillas, tanto en 2D como en 3D
- **Filtros:** Dispone de una amplia variedad de filtros y máscaras que se pueden añadir y configurar, regulando la intensidad de los mismos. En este sentido, es posible quitar el fondo o crear un efecto de croma, para superponer un vídeo a otro.
- **Música:** También cuenta con la posibilidad de añadir música con derechos de autor, gracias a su integración con TikTok. En este sentido, CapCut cuenta con una galería de sonidos muy completa, que se divide en varias categorías temáticas. Además, dispone de una funcionalidad que permite grabar o cargar sonidos externos para crear vídeos de doblaje.
- **Retoque:** Cuenta con la posibilidad de retocar vídeos que hayan sido grabados en 4K y HDR.

Como consecuencia de las múltiples ventajas de dicha aplicación, los reporteros han optado por la utilización de la misma, ya que, según ellos, este tipo de edición sirve para que las historias sean un poco más frescas. Por ejemplo, subir una imagen en movimiento o subir una historia con un titular, porque genera contenido al instante, y en parte tratando de responder un poco a la inmediatez y evitando pasar directamente por el área web, donde se editaba a través de una computadora y quien se encargaba de subir el producto final, entonces editando desde el móvil con CapCut acertó ese proceso. Cabe recalcar que no todo contenido plasmado en redes sociales es realizado con el móvil porque va dependiendo del área periodística.

Otra de las aplicaciones utilizadas en el medio, como canal de distribución de contenido, es por la plataforma de mensajería Telegrama, porque, a través de esta, se mantiene intacta la calidad de la imagen, a diferencia de WhatsApp, que hace que se distorsione y baje la calidad de imagen según mencionó Pérez.

En cuestión de audio, no necesita de una aplicación, no requiere ser muy trabajado o editado.

Así mismo, cuando se trata solo de colocar el logo del diario en una imagen que se necesita al instante, se opta por utilizar el editor de foto que viene incorporado en el celular, además, algunos de los periodistas del área deportiva utilizan la aplicación Canva, que ayuda a realizar infografías de una manera fácil, debido a que hay plantillas ya establecidas.

### 3.5.2. Herramientas

"Tu asignación y tu historia determinarán el nivel de herramientas MOJO que necesitas" (*Burum* 2018). Independientemente del área en la que se utilice el periodismo móvil, las herramientas físicas son fundamentales para captar cualquier tipo de información.

Según los datos recolectados en la investigación, dan como resultados tres cosas indispensables que forman parte de un kit de los comunicadores de diario El Mercurio:

- Celular inteligente
- Micrófono corbatero
- Estabilizador o trípode

También, dentro del kit ya establecido, siempre deben de tener en cuenta un paquete de emergencia como: un cargador portátil porque se puede quedar sin batería el celular y provocar un trabajo inconcluso, audífonos como respaldo en caso de que el micrófono se dañe y una memoria adaptable extra para que la información sea copiada y no perderla en caso de colapsar el celular, perderse el mismo o ser sustraído.

Del mismo modo, para realizar periodismo móvil se necesita contar con un celular inteligente, porque si hacemos una comparación con un móvil básico, este solo está diseñado para habla, mientras que el otro combina las funciones de un teléfono y de una computadora, por ello, las marcas de celulares más utilizadas dentro del Diario son: Xiaomi, iPhone, Samsung y Redmi, de igual forma, prefieren contar con un sistema Android que el iOS porque, este tiene muchas restricciones y la mayoría de aplicaciones son pagadas.

### 3.6. Rigor informativo

Hablar de rigor periodístico, es hablar sobre el manejo adecuado de la información, ya que es fácil caer en el amarillismo o en la difamación por la falta de verificación de fuentes y causar dudas o imprecisiones.

Por ejemplo, el periodista o el medio de comunicación, al estar frente a un hecho, se enfrenta a una gran cantidad de información, y tienen la obligación de analizar los datos, contrastarlos las fuentes y si es posible verificar de manera personal, para dar a la audiencia elementos de juicio.

Según, Hernán Díaz, en su artículo *Especialización y Rigor Periodístico*, menciona que:

La prensa escrita es, sin lugar a dudas, la más afectada por esta transformación en el escenario mediático, porque si antes un periodista disponía de cierto tiempo para contrastar la información hasta la hora de cierre, ahora solo tienen unos minutos para hacerlo porque lo que leeremos mañana en papel debe estar publicado cuanto antes en su versión digital.

Ante lo mencionado, se puede deducir, que uno de los grandes adversarios del rigor informativo es la inmediatez, actualmente con los beneficios que ofrece el internet, las redes sociales y el periodismo móvil, ha causado que los medios tradicionales compiten con los medios digitales, ya que estos, se encuentran inmersos en la inmediatez.

Así lo menciona Jackie Beltrán:

Ahora, con las redes sociales, la gente crea cuentas y estas se vuelven famosas por subir uno que otro suceso y son manejadas por una persona aficionada y en algunos casos por un comunicador y como tienen una cierta cantidad de seguidores, se hacen llamar medios de comunicación, pero no cumplen con el rigor que debe tener un medio o un profesional. Y lo único que hacen es postear una gran cantidad de información todo el tiempo y ni siquiera es información propia, es información que toman de varios lugares o de colegas.

No obstante, para diario El Mercurio su objetivo no es competir por la inmediatez, este como tal, se preocupa por contar con una información más amplia, detallada y verificada, teniendo en cuenta el rigor informativo. Incluso la información que postean en redes sociales, tienen un retraso a diferencia con los medios digitales. Eso quiere decir que la información circula más rápido y se da a conocer por estos medios y después por El Mercurio, obviamente, los otros medios ganan en la inmediatez, pero el medio como tal, gana certeza y para J. Beltrán cree que ese debería ser el objetivo de estos medios.

Sin embargo, para ciertos de los colaboradores de este medio mantener el rigor informativo se vuelve complejo, debido a que ellos, como periodistas, personalmente se sienten cautivados y amenazados ante la inmediatez de la competencia, aunque tratan de mantener el rigor periodístico en el periodismo móvil consultando algunas fuentes, pero no siempre se puede llegar al objetivo de una investigación rigurosa mencionó Peña.

En cambio, para Pérez, menciona que el rigor se puede mantener dependiendo de la preparación personal y el acontecimiento en el que se desarrolle la noticia. “Por ejemplo: una cosa es hacer una noticia sobre la inauguración de una vía en tal sector y otra cosa es hacer una noticia de un asesinato y que es más investigativo porque hay que ir a muchas fuentes”

Aunque Pérez concuerda con Beltrán sobre que muchos periodistas, muchos colegas dependen netamente de la tecnología para hacer su trabajo y hasta incluso llegan a escribir lo que lo está popular en ese momento.

“La tecnología, nos limita a llamar por teléfono, incluso a pedir que nos manden una foto por WhatsApp con la información necesaria de algún suceso que no hemos podido cubrir, ya sea por distancia o alguna otra cosa, a través del celular llegamos a tener la información sin estar en el lugar, pero nosotros como medio siempre pedimos nombres de las fuentes para luego llamar, contrastar la información e incluso hasta nos enteramos de más cosas que los otros colegas”.

Por otro lado, para C. Sánchez, el periodismo móvil, sí puede quitar el rigor informativo al periodismo en general, pues menciona que:

“El periodismo móvil, sí puede quitarle el rigor al periodismo muchas de las veces, porque hay los reporteros ciudadanos, que algunos son buenos, pero no tienen la rigurosidad de un periodista formado, aunque a veces, un periodista formado, puede saltarse estos pasos, porque de pronto puede pensar en que no es necesario verificar datos, sino tener el afán de dar la primicia, ahí es cuando se puede cometer errores”.

En resumen, se puede decir que el rigor informativo con el periodismo móvil, no se está acabando por completo, ya que todavía los comunicadores del diario El Mercurio, aún verifican, contrastan la información, buscan ir a las fuentes, dan a conocer una información rigurosa para su público consumidor y no responden a la inmediatez. Cabe resaltar que hay ciertas circunstancias que se salen de las manos, como las transmisiones en vivo, donde no se puede controlar la información.

Además, el rigor periodístico, no se está acabando, si no se está volviendo un reto para los periodistas, debido al incremento del periodismo ciudadano y los múltiples medios digitales que responden a la inmediatez y se olvidan de las normas periodísticas, inclusive actualmente se puede observar en muchos de ellos, solo copian la información, la postean y atribuyen al autor, más no, hacen una investigación detallada de los hechos.

## 3.7. Soportes digitales del periodismo móvil en diario El Mercurio



**Gráfico número: 5**

**Elaborado por: Carolina Maldonado y Estefanía Quituisaca.**

Si bien, se han explicado desde la escuela los elementos de la comunicación como el emisor, receptor y mensaje, el canal también es parte de estos elementos. Al cual, se le atribuye como el medio físico, por el que se transmite el mensaje, ya sea por medio del internet, teléfono, redes sociales, cartas, etc. En el caso del diario El Mercurio, su canal para el periodismo móvil son las redes sociales, su sitio web y las redes de mensajería instantánea como WhatsApp y Messenger.

Cabe resaltar, que el periodismo móvil está ligado netamente a las redes sociales, ya que sin estas no podría existir debido a que no tendría un medio o canal de distribución de contenido. Inclusive las redes sociales han causado un impacto en el periodismo, han modificado la forma de informarnos como de informar, creando inclusive nuevas narrativas periodísticas.

## 3.7.1. Redes Sociales

### 3.7.1.1. Facebook

Según el último informe Digital 2022 realizado por *We Are Social y Hootsuite*, Facebook se posiciona como la red social con más usuarios y la más utilizada en el mundo, colocándose como una de las favoritas por sus múltiples funciones como: generar, compartir, enviar y recibir contenido, además de la interacción entre los usuarios. En el caso del diario El Mercurio, esta red social es la que mayor aceptación tiene y la más consumida. Dicho medio, cuenta con, 31226 seguidores, eso quiere decir que tiene un mayor tráfico e interacción con diferencia de sus otras redes sociales, esto lo lograron con los pequeños cambios en su formato. De hecho, en esta plataforma, se publica el contenido realizado por las 8 diferentes áreas.

Toda información antes de ser publicada pasa por un filtro de revisión en el área web, en el cual se analiza las noticias que pueden ser publicadas y las que no, porque no todo el contenido es distribuido en Facebook, sino en el diario impreso.

En todo caso, el medio utiliza Facebook, para que los usuarios lean el contenido completo a través de un hipervínculo que direcciona a su sitio web donde está la noticia completa, ya que en la red social solo presenta información que engancha como el titular, para así generar tráfico en su sitio web y así como unas más de sus estrategias funcionan.

De hecho, cuando realizan las transmisiones en vivo, utilizan una sola contraseña que maneja el Diario, cabe destacar que no todos pueden realizar este proceso al mismo tiempo, ya que el sistema colapsaría.

### 3.7.1.2. TikTok

Actualmente, la red social TikTok, de origen chino, ha tenido un crecimiento bastante fuerte para generar y compartir información, en sus inicios fue creada con fines de entretenimiento, pero hoy en día se posesiona como la red social del futuro para el marketing digital, ya que no solo es una plataforma divertida, sino que su contenido se viraliza instantáneamente, permite crecer como empresario, tener una marca personal, aprovechando su audiencia para crear espacios publicitarios, colaborar con marcas y así generar ingresos económicos.

Hace 1 año diario, el Mercurio también optó por tener una cuenta de TikTok, aunque no es totalmente constante en subir contenido en esta plataforma debido a que tiene un límite de



recursos, sin embargo, cuenta con 9745 seguidores. Actualmente, el medio, se encuentra en un proceso para crear formatos novedosos, ya que diferentes medios de comunicación ya usan esta plataforma para dar a conocer las noticias a través de pequeñas cápsulas, al notar que la mayoría tiene la misma estrategia, el Mercurio pretende innovar creando contenido con temas sustanciosos, es decir explicar a profundidad sobre algún acontecimiento o suceso que mucha de las veces el público desconoce.

Al estar inmerso en esta plataforma, genera un reto para el medio, ya que, los usuarios de esta aplicación ven el contenido como entretenimiento y más no como fuente de información.

### **3.7.1.3. Instagram**

Es una red social de origen estadounidense, se caracteriza por ser más visual, ya que permite compartir contenido mediante fotos o videos y cuenta con múltiples opciones de edición. En las fotografías se pueden colocar etiquetas o hashtags para hacer más fácil su búsqueda, colocar música, frases cortas y filtros que hacen más llamativo su contenido.

El medio se unió a esta red social en julio de 2015 y como estrategia móvil utiliza el crear Reels con información a través de historias, subir una foto con una frase que describa la noticia y post con información resumida, en esta plataforma su actividad es más constante, ya que tiene 17 mil publicaciones.

### **3.7.2. Sitio web**

El sitio web, es una página digital o electrónica de carácter multimediático porque se puede cargar contenido de audio, video, fotos y textos, que además y se puede navegar a través de ella con conexión a internet. En el caso de diario El Mercurio, su era digital empezó en junio de 1995 y actualmente lleva 27 años de surgimiento en la red, además, cuenta con una página web estructurada que es su principal soporte de información y de ingresos económicos.

Por otro lado, el diario, como tal, no depende exclusivamente de las redes sociales como canal para su contenido, además, si estás, en algún momento llegan a cambiar su estructura o llegarán a desaparecer, el diario seguiría permaneciendo en la red por su sitio web, por eso sus directivos, tiene planificado como estrategia fortalecer su página web y buscar la atención de los lectores de dos formas:

- La primera, con notificaciones Web Push Notifications, que consiste en aparecer primero como una etiqueta cuando el usuario ingresa a la página web y pregunta si

quiere recibir notificaciones de diario El Mercurio y si la respuesta es positiva, el usuario recibirá noticias, estrategia similar a la de Facebook. Cabe destacar que las push app son notificaciones que se reciben sin estar visitando el sitio web, esto le servirá al medio para mejorar el engagement, la retención de usuarios y generar tráfico.

- La segunda forma es: los letters, se envían a través de correo electrónico a los usuarios que están suscritos al medio, este puede contener noticias, promociones o servicios de una empresa, por ejemplo, el diario puede utilizar letters solo en Cuenca en donde el usuario recibirá un correo semanal con las noticias destacadas.

Estos son dos formatos que pretende incorporar diario El Mercurio, serán los competidores número uno, en contra de los distractores que son las notificaciones de las diversas aplicaciones tanto móviles como webs, por ello, es una lucha por mantener al usuario dentro de la aplicación, entonces la línea del periodismo móvil es competir con todos estos distractores por la atracción, en ese sentido todo el contenido debe ser pensado en llamar la atención, por eso las notas en la web si están pensados para poder ser leídos en el celular, son muchas más cortas, son más ligeras en la redacción, no es, esa redacción que se lee en el periódico impreso, es mucho más rápido, mucho más directo, es otra línea para hacer periodismo móvil en una web.

### **3.7.3. Aplicaciones de WhatsApp y Messenger**

WhatsApp y Messenger son aplicaciones de mensajería instantánea gratuitas que funcionan a través de internet o datos móviles, usadas por más de 2 mil millones de personas en más de 180 países, por lo que se puede utilizar para mantener en contacto fácilmente entre amigos o familiares.

Ante ello, diario El Mercurio, como una tercera estrategia, tiene un experimento en WhatsApp, donde cada semana un grupo de usuarios reciben la revista Cuenca Magazín, que circula con el Mercurio, que es una revista comercial, es una revista que circula una vez por mes y esta revista le llega por WhatsApp a un grupo de usuarios que están suscritos al periódico impreso y otro al periódico digital.

El diario considera que la mejor forma de llamar la atención del público es a través del push app, la segunda mejor forma es por WhatsApp siempre y cuando se cumpla con el proceso

de explicar al lector de que se trata las condiciones, ya que, el objetivo es aumentar lectores por WhatsApp.

### **3.8. Desafíos del periodismo móvil en diario El Mercurio**

El periodismo móvil ha generado que el medio se enfrente a varios retos tecnológicos para mantenerse en el ojo del público, con el tiempo vendrán nuevos retos que obligan al medio a seguir evolucionando, pues así lo mencionan sus periodistas.

Según la editora web Jacky Beltrán menciona que:

Nuestro principal reto es generar contenido atractivo para el público, nosotros tenemos identificado el público, nuestro reto, nuestra meta principalmente que actualmente estamos desarrollando, va ligado a eso, a la forma como consumen, a las necesidades, a los gustos y a los formatos.

En cambio, para Bolívar, Pérez expresa que:

Uno de los retos de nosotros como periodistas es que debemos constantemente innovar con el móvil, porque a veces un teléfono cada vez sale nuevas tecnologías.

Así mismo para Isaac Peña:

Un principal reto para el medio, será un manejo un poco más profesional de toda la página web, porque si bien nos hemos venido capacitando, pero hace falta alguien que maneje el tema de CEO, para que pueda posesionar todo el material que vamos generando en la web y sobre todo ir sacando un beneficio económico de todo esto, porque creo que en ese sentido El Mercurio tiene una desventaja en relación con otros medios que se encuentran ya monetizando su material de varias formas.

Mientras que para Christian Sánchez menciona:

El reto sería hacer que todo el periódico sea digital, tener de pronto salidas en vivo cada cierto tiempo, tener una mejor distribución del periódico digital, implementar aquí el mecanismo de suscriptores y el principal reto que es buscar la manera de cómo financiar el periódico siendo digital.

Y para Ismael Alvarado expresa que:

Yo pienso que uno de los retos grandes para El Mercurio, puede ser la necesidad de convertirse en digital, porque a nosotros siempre nos dicen que el papel cada vez va perdiendo

popularidad y la competencia es dura en el tema digital, yo veo a mis colegas que cuando tienen una rueda de prensa la noticia se sabe primero por la competencia digital, mientras que uno va a la rueda de prensa y recién en la tarde uno tiene que escribir.

En resumen, se puede decir que uno de los principales retos para el Diario El Mercurio es innovar constantemente en el ámbito digital, creando nuevos formatos para que la gente consuma su contenido digital, tanto en redes sociales como en su página web, también buscar estrategias para que su contenido sea más rápido, pero que no pierda la línea investigativa y, por último, obtener recursos económicos a través de las plataformas digitales y de esta manera ya no depender solo del impreso.

## Conclusiones

El presente estudio partió por el interés en conocer cómo un medio tradicional se ha acoplado a la era tecnológica, sobre todo en el uso del celular como herramienta, por ello, la investigación se centró en el medio impreso cuencano diario El Mercurio, con el objetivo general de entender y descubrir cómo utilizan el periodismo móvil para generar contenido.

Como datos encontrados y ya expuestos en el capítulo III del presente trabajo de titulación, se puede inferir que el periodismo móvil, surgió con el periodista Cristian Sánchez en el año 2013 con una transmisión en vivo, pero esta fue la primera y no hubo más hechos cubiertos directamente con el móvil, por lo que dejó una expectativa grande para todos sus compañeros; sin embargo, apenas hace 3 años tomó fuerza con la llegada de la pandemia del Covid-19, a partir de ahí, el medio comenzó a realizar experimentos a través del contenido del móvil, porque su objetivo era descubrir el grado de aceptación del contenido en redes sociales y para ello partieron contratando al personal destinado para esta área, pero los resultados no fueron favorables y crearon una nueva estrategia de contenido e incorporaron dos formatos que son: las transmisiones en vivo, estas son las más utilizadas por los periodistas del diario, además, otro de los formatos son las entrevistas cortas a diferentes personalidades de la ciudad y las introducciones llamativas.

Por otro lado, el primer paso del diario en la era digital fue con la página web, pero adicionalmente sus publicaciones con más visualizaciones son a través de las redes sociales como: Facebook, TikTok, Instagram, y las redes de mensajería como: WhatsApp y Messenger. Cabe destacar que como estrategia comunicacional, lo que se publica en Facebook, que es la red más consumida, está vinculada al sitio web a través de hipervínculos para que esta sea también visitada. Eso quiere decir que la forma de hacer periodismo en el diario El Mercurio se encuentra en proceso evolutivo constante.

Por otra parte, en el proceso de descubrir cómo el periodismo móvil, marca una evolución en el panorama comunicativo del medio, podemos decir que, el periodismo móvil, ha logrado que el medio en cuestión, no solo sea consumido localmente, sino, que se distribuya y se consuma de manera global, debido a que su contenido no está en papel y se encuentra en las redes sociales. De igual manera, el medio cuencano ha conseguido una interacción directa con el público, provocando que los usuarios no solo sean lectores, sino intermediarios, porque a través de ellos, se difunde su contenido compartiendo sus publicaciones sin ninguna restricción y se forma una cadena de información, consiguiendo llegar a más usuarios. Sin embargo, a pesar que la evolución de lo digital ha transformado la manera de hacer

periodismo, esto no ha influenciado totalmente en el diario El Mercurio para que deje su filosofía de ser un medio tradicional impreso, al contrario, la llegada de la tecnología ha sido solo un complemento en su crecimiento. Además, según sus directivos, no han considerado en cambiar al diario en un medio netamente digital, a pesar de contar desde hace algunos años con un sitio web de noticias y estar inmersos actualmente en las redes sociales y esto ha sido debido a sus limitaciones económicas. Así mismo, otra de sus principales razones para mantener su filosofía, es por su público fiel que aún consume el periódico impreso, ya sea por costumbre, por cultura o por la necesidad de informarse, y eso que con el pasar de los años su audiencia ha bajado significativamente.

Por otro lado, como parte de la comprobación de que, si el periodismo móvil está acabando con el rigor investigativo, se puede decir que el periodismo móvil, no se está acabando por completo con dicho tema, ya que, por parte de los comunicadores del diario El Mercurio, aún tienen presente los códigos periodísticos como la verificación y contrastación la información, buscan ir a las fuentes, dan a conocer una información rigurosa para su público consumidor y no responden a la inmediatez.

Además, cabe resaltar que hay ciertas circunstancias e informaciones que no se pueden manejar de una manera rigurosa, como las transmisiones en vivo, en donde no se puede controlar la información. Por lo que se infiere que el rigor periodístico, no se está acabando, si no se está volviendo un reto para los periodistas, debido al incremento del periodismo ciudadano y los múltiples medios digitales que responden a la inmediatez y se olvidan de las normas periodísticas, porque muchos de estos llegan a solo copiar la información, postearla y a veces ni siquiera atribuyen al autor y se olvidan de hacer una investigación detallada de los hechos.

Por último, las herramientas digitales más utilizadas por los comunicadores del medio es Cap Cut, una aplicación gratuita de edición que pertenece a la red social TikTok, con la misma se puede realizar historias frescas, como subir una imagen en movimiento o subir una historia con un titular novedoso y tratar de generar contenido al instante. Además, otra de las herramientas para crear contenido, son las redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok). Cabe recalcar que a diferencia del capítulo dos, donde está expuesto más herramientas tecnológicas que pueden u optan por utilizar los pioneros e incluso el creador de las guías del periodismo móvil Matías Amigo, podemos decir que diario El Mercurio se limita a algo básico.

## Referencias

Ahonen, T. (2008). *Mobile as 7th of the Mass Media: Cellphone, camera phone, iPhone, smartphone*. London: Futuretext. «periodismo de noticia 11 © ISSN: 1134-3478 • e-ISSN: 1988-3293 • Páginas 09-18 Comunicar, 59, XXVII, 2019 móvil» (Forsberg, 2001) «periodismo móvil» (Briggs, 2007; Quinn, 2000; Pavlik, 2001; Castells, 2006).

Amigo, M. (2020). *Iniciación al Periodismo Móvil*.  
<https://www.matiassamigo.com/wp-content/uploads/2020/03/GUIA-DE-PERIODISMO-MOVIL-2020.pdf>

Amigo, M. (2020). *Guía de Iniciación al Periodismo Móvil 2.0*. Bahía Blanca, Argentina.  
<https://www.matiassamigo.com/wp-content/uploads/2018/02/guia-periodismo-movil-2.0.pdf>

Amigo, M. (2021). *MENTES MÓVILES INICIACIÓN AL PERIODISMO MÓVIL 4.0*  
<https://matiasamigo.com/wp-content/uploads/2021/03/Mentes-Moviles-iniciacion-al-periodismo-movil-2021.pdf>

Barrios Rubio, A. y. (2015). *Convergencia Digital: Nuevos perfiles del periodista*. Anagramas, 221-238. file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-Convergencia Digital-5191807.pdf

Barnack, O. (2017, Muy 9). *La Ur Leica o la "cámara liliputiense"*. Espacio Fundación Telefónica. Retrieved December 3, 2021, from <https://espacio.fundaciontelefonica.com/blog/la-ur-leica-o-la-camara-liliputiense/>

CELIS, Bárbara. (2008). *Nuevos perfiles profesionales para un nuevo periodismo que ya está aquí*. Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, Nº15, pp 53-58

Espinoza, C. (2011). *En sintonía con los nuevos cambios tecnológicos*. Quito: "Quipus" Ciespal. Recuperado el diciembre de 2022, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49745.pdf>

Goikolea, M. (2014, March 19). *¿Qué es el periodismo ciudadano? Definición y características*. IEBS. Retrieved November 17, 2021, from <https://www.iebschool.com/blog/que-es-periodismo-ciudadana-definicion-ejemplos-caracteristicas-comunicacion-digital/>

ICONO14 | Año 2013 Volumen 11 Nº 2 | ISSN: 1697-8293 | DOI: ri14.v11i2.586 188 | Alba Silva Rodríguez. pg.188 (2018, 04). In Situ *diccionario.leyderecho.org* Retrieved 12, 2021, from <https://diccionario.leyderecho.org/in-situ/>

Observatorio para la Innovación de los Informativos en la Sociedad Digital. (2016).

Leonor Suárez: “el periodismo móvil es una oportunidad tanto para periodistas como para operadores de cámara”. (26/05/2019), de RTVE Sitio web: <http://oi2media.es/index.php/2016/06/09/leonor-suarez-el-periodismo-movil-es-unaoportunidad-tanto-para-periodistas-como-para-operadores-de-camara/>

Llorca, Á. A. (2017, 06 15). *Periodismo móvil: qué es, qué aporta y qué piensan de él los profesionales*. NOBBOT. Retrieved 10 1, 2020, from <https://www.nobbot.com/media/periodismo-movil/>

Lopez, X., Canavilhas, J., & Westlund, O. (abril de 2019). Medios móviles emergentes. Convergencia comunicativa en el nuevo escenario mediático. *Revista Comunicar*, 27. Obtenido de <https://doi.org/10.3916/C59-2019-01>

Luengo, L. D. (2020). El MOJO ya es periodismo: Entrevista a Matías Amigo. *#PerDebate*, 4(1), 286-295. <https://doi.org/10.18272/pd.v4i1.2006>.

Llonch, E. (6 de diciembre de 2021). *Cyberclick*. Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/que-es/metricas-alcance#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20alcance%20en,vez%2C%20solo%20se%20contabiliza%20una>

Llorca, Á. (16 de junio de 2017). *nobot*. Obtenido de nobot: <https://www.nobbot.com/periodismo-movil/>

Mariano Cebrián, Jesús Miguel Flores. (2011). *Periodismo en la telefonía móvil*. Madrid: [fragua](file:///C:/Users/Usuario/Desktop/respaldos/Downloads/Periodismo_en_la_telefonia_movil.pdf). Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Desktop/respaldos/Downloads/Periodismo\\_en\\_la\\_telefonia\\_movil.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Desktop/respaldos/Downloads/Periodismo_en_la_telefonia_movil.pdf)

Merchán, N. (24 de abril de 2022). *El Mercurio*. Obtenido de El Mercurio: <https://elmercurio.com.ec/2022/04/24/escasez-de-papel/#:~:text=Nuevamente%20varias%20empresas%20de%20comunicaci%C3%B3n,a%20principios%20del%20a%C3%B1o%202021>

Mulcahy, G. (26 de junio de 2018). *El taller audiovisual*. Obtenido de El taller audiovisual: <https://eltalleraudiovisual.com/mojo-periodismo-movil/>

Sánchez, N. M. (2013). Internet: de la rapidez a la inmediatez. *Estrategias*.

Silva, A. (2013). Los cibermedios y los móviles: una relación de desconfianza, 11, 183-207. Obtenido de [https://www.academia.edu/4134380/Los\\_cibermedios\\_y\\_los\\_m%C3%B3viles\\_una\\_relaci%C3%B3n\\_de\\_desconfianza](https://www.academia.edu/4134380/Los_cibermedios_y_los_m%C3%B3viles_una_relaci%C3%B3n_de_desconfianza)

Tony Tran, Amanda Adame. (29 de enero de 2019). *Hootsuite*. Obtenido de Hootsuite: <https://blog.hootsuite.com/es/social-media-engagement/#:~:text=Interacciones%3A%20el%20n%C3%BAmero%20total%20de,incluye%20likes%2C%20retuits%20y%20comentarios.>