

Formatos y géneros periodísticos a partir del uso de *WhatsApp* en el periodismo comunitario

Journalistic formats and genres based on the use of *WhatsApp* in community journalism

Wilmar-Daniel Gómez-Monsalve; Carlos-Andrés Trejos-Gil; Cristian-Mauricio Bulla-Castro

Cómo citar este artículo

Gómez-Monsalve, Wilmar-Daniel; Trejos-Gil, Carlos-Andrés; Bulla-Castro, Cristian-Mauricio (2024). "Formatos y géneros periodísticos a partir del uso de *WhatsApp* en el periodismo comunitario [Journalistic formats and genres based on the use of *WhatsApp* in community journalism]". *Infonomy*, 2(4) e24052.
<https://doi.org/10.3145/infonomy.24.052>



Wilmar-Daniel Gómez-Monsalve

<https://orcid.org/0000-0002-5177-2006>

<https://directorioexit.info/ficha7072>

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Uniminuto Bello

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa de Comunicación social y Periodismo

Grupo de investigación *Communicare*

Carrera 45 # 22D – 25

051051 Bello, Colombia

wilmar.gomez@uniminuto.edu



Carlos-Andrés Trejos-Gil

<https://orcid.org/0000-0002-6769-3396>

<https://directorioexit.info/ficha5749>

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Programa de Comunicación social

Grupo de investigación *Urbanitas*

Tv. 51a #67B 90

050034 Bello, Colombia

carlos.trejosgi@amigo.edu.co



Cristian-Mauricio Bulla-Castro

<https://orcid.org/0000-0003-1815-1504>

<https://directorioexit.info/ficha7071>

Corporación Universitaria Americana

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Programa de Comunicaciones y Marketing

Calle 50 # 43- 65

050012 Medellín, Colombia

cbulla@americana.edu.co

Resumen

WhatsApp es una de las aplicaciones móviles con más alta demanda en el mundo. Cerca de 2000 millones de personas interactúan diariamente a través de este aplicativo de mensajería instantánea. Esta investigación buscó analizar el uso de *WhatsApp* y los formatos periodísticos más frecuentados en tres medios de comunicación comunitaria de Antioquia – Colombia como son: *Eje Central* y *Emisora La Buena 95.4 FM* en las comunas tres y cuatro del municipio de Bello y *Mi Comuna Dos*, en la comuna dos, de la ciudad de Medellín. Mediante una metodología cualitativa con instrumentos como las entrevistas, encuestas y observaciones, se entendieron, en los casos seleccionados, las diferentes dinámicas frente a las categorías de los contenidos informativos que se emiten, los intereses comunitarios sobre los mismos y las plataformas recurrentes para distribuir información comunitaria.

Palabras clave

Periodismo ciudadano; Formatos periodísticos; Géneros periodísticos; Prosumidores; Audiencias; Participación del público; TIC; *WhatsApp*; Redes sociales; Contenido generado por los usuarios.

Abstract

WhatsApp is one of the most popular mobile applications in the world. Nearly 2,000 million active users interact daily through this instant messaging application. This research sought to analyze the use and the most frequented journalistic formats on *WhatsApp* in three community media outlets in Antioquia - Colombia, such as: *Eje Central* and *Emisora La Buena 95.4 FM* in communes three and four of the municipality of Bello and *Mi Comuna Dos*, in commune two, of the city of Medellín. Through a qualitative methodology with instruments such as interviews, surveys and observations, it was understood, in the selected cases, the different dynamics in front of the categories of the informative contents that are broadcast, the community interests about them and the recurrent platforms to distribute information community.

Keywords

Citizen journalism; Journalistic formats; Journalistic genres; Prosumers; Audiences; Participation; ICT; *WhatsApp*; Social networks; UGC.

1. Hibridación de la ciudadanía, la tecnología y el periodismo

El ejercicio periodístico ha tenido que reinventarse (**Pérez-Blanco**, 2016) y ha migrado progresivamente hacia nuevas modalidades de búsqueda, procesamiento, producción y divulgación de la información, marcadas de modo indeleble por la llegada de las plataformas digitales.

Así mismo, los ciudadanos actualmente adquirieron nuevas habilidades y demuestran su interés gracias al sentido dinámico en el cual los contenidos y la información les llegan a partir de las redes sociales. **Quiroz-Pacheco** (2015) mencionó que la tecnología es un aliado del proceso de desarrollo social, político y económico de la población en nuestra sociedad. Los nuevos canales de comunicación tecnológica son de gran importancia para el desarrollo del periodismo digital o ciudadano, ya que fomentan mayor información.

Esta transformación digital es un hecho de no más de treinta años de existencia y ha generado mutaciones que conducen al reconocimiento del impacto transformador que provocan las innovaciones tecnológicas en todos los órdenes: sociales, políticos, económicos, culturales, estéticos y profesionales. Ninguna actividad profesional ha sido ajena a la oleada de cambios que ha traído la tecnología.

Digitalización y tecnología son procesos que plantean un desafío para los medios de comunicación en el siglo XXI. La industria de la televisión tradicional ha tenido que adaptar su distribución de contenidos audiovisuales para que se difundan a través de diversas pantallas (**Carboni**, 2020), lo mismo pasó con la radio y la prensa escrita. Es considerable que la convergencia ofrece a las organizaciones de noticias oportunidades para cambiar los estilos de escritura que pueden fomentar una mayor transparencia, especialmente cuando adoptan la narración en vídeo (**Bock; Lazard**, 2021).

Las propuestas para generar contenido hacen que una historia líquida converja con aplicaciones móviles, videojuegos, documentales, series televisivas, largometrajes, *merchandising*, propuestas con comunidades, entre otros (**Montoya; Páez**, 2021). Los medios digitales aumentan la oferta de contenidos (**Arjona-Martín**, 2021).

En el análisis de los medios de comunicación comunitarios objetos de esta investigación y de su incidencia frente al uso de *WhatsApp* con las comunidades, se logran identificar las características de cada uno de los casos analizados, partiendo del concepto de diversidad informativa y tecnológica que cada uno de ellos utiliza para llegar a las comunidades.

El ejercicio periodístico ha tenido que reinventarse y ha migrado progresivamente hacia nuevas modalidades de búsqueda, procesamiento, producción y divulgación de la información, marcadas de modo indeleble por la llegada de las plataformas digitales

2. Formatos y géneros periodísticos comunitarios

Mi Comuna 2

Mi Comuna 2 es un medio de comunicación comunitario impreso. Un aspecto a destacar es la importancia que le da a los hechos informativos de la comunidad, lo que genera mayor participación de las personas y crea un vínculo de apropiación directo con las historias periodísticas que se publican. Este medio genera estrategias de participación ciudadana a través de un periódico impreso de circulación periódica más no constante, por las dificultades económicas que medios como este tienen en las regiones, tal como menciona **García-Alonso-Montoya (2006)**:

“El proceso comienza en los viejos medios tradicionales, con una audiencia pasiva a la que educa, un público ignorante al quedar mensajes sin recibir respuesta; probablemente seguirán existiendo medios de este estilo. Se dan siempre casos en los cuales el lector u oyente poco tenga que decir ante el mensaje”.

Una de las características del medio periodístico, además de ser de difusión domiciliaria y con un repositorio digital, es que presenta formatos periodísticos híbridos. Se pueden destacar formatos informativos en los cuales el periodista interviene con la comunidad para elegir los temas que se publican. De vez en cuando el medio publica entrevistas a los personajes más significativos del sector residencial.

En cuanto a géneros periodísticos se identifican principalmente tres: la noticia, el reportaje y la crónica; cada uno con una función específica en torno a hechos de la cotidianidad del barrio y sus habitantes.

Las noticias presentan acontecimientos que involucran a la comunidad. Los reportajes pueden ser de corte cultural, deportivo, social, de equidad de género, de educación, de bienestar y de salud, entre otros. Es importante conocer que en este medio hay una sección dedicada a los niños, en la que se encuentran contenidos didácticos acompañados de caricaturas, historietas, fotografías e imágenes que sirven para cautivar su atención.

Ahora bien, el medio de comunicación no elabora productos periodísticos con características propias de los espacios digitales, lo que significa que aún deben explorar nuevos formatos y formas de contar historias. En sus planes corporativos a corto o mediano plazo, no tienen contemplada la implementación de un periodismo digital soportado en plataformas como *WhatsApp*.

Mi Comuna 2 no elabora productos periodísticos con características propias de los espacios digitales, lo que significa que aún deben explorar nuevos formatos y formas de contar historias. En sus planes corporativos a corto o mediano plazo, no tienen contemplada la implementación de un periodismo digital soportado en plataformas como *WhatsApp*

Los lectores de *Mi Comuna 2* reciben la información que el medio de comunicación genera a través de los distintos canales tanto físicos como digitales, siendo *WhatsApp* uno de los canales menos importantes para la distribución informativa.

Tabla 1. Datos sobre la información que brinda el medio identificado frente a la recepción de los contenidos por la comunidad.

| Mi Comuna 2 | |
|---|-------------------------------|
| Medios por los cuales se recibe la información | Porcentaje de personas |
| <i>WhatsApp</i> | 9,1 |
| Radio | 3,0 |
| Megáfono | 21,2 |
| Volantes o material físico | 12,1 |
| Prensa física | 39,4 |
| Otros | 15,2 |

De acuerdo con el resultado de la investigación, las plataformas digitales utilizadas por *Mi Comuna 2*, sirven para divulgar y multiplicar; mediante vídeos y fotografías, la información del impreso; en relación con lo anterior, utilizan el *WhatsApp* para divulgar las opiniones consignadas en el periódico y amplían la información que se halla en él.

Uno de los usos de la plataforma *WhatsApp* en este medio es la interacción; a través de ella se logra la construcción de una base de datos de los líderes de los diferentes barrios y periodistas comunitarios, lo que permite al medio tener mayor diversidad de fuentes de información con las cuales construye, verifica y contrasta los datos.

Por otra parte, las personas de la comunidad que interactúan con el medio lo hacen también para enviar información que circula entre ellos. Los eventos comunitarios y deportivos junto a las ofertas laborales y de educación, son los temas de mayor distribución a través de *WhatsApp*.

Tabla 2. Tipo de información que la comunidad envía al medio de comunicación vía *WhatsApp*

| Mi Comuna 2 | |
|----------------------------|-------------------------------|
| Tipo de información | Porcentaje de personas |
| Local | 6,1 |
| Seguridad | 12,1 |
| Comercial | 15,2 |
| Cultural | 15,2 |
| Eventos comunitarios | 24,2 |
| Deportiva | 27,3 |
| Educativa | 21,2 |
| Recreación | 18,2 |
| Laboral | 27,3 |
| Religiosa | 6,1 |
| Salud | 9,1 |
| Mascotas | 3,0 |
| Medio ambiente | 0,0 |
| No aplica | 9,1 |

Se puede concluir inicialmente que para el periódico *Mi Comuna 2* en cuanto a distribución de información comunitaria, sigue siendo protagonista la edición impresa, mientras que sus actuaciones en medios digitales como *WhatsApp*, aún requieren de posicionamiento frente a contenidos nativos de la web.

Se intuye que los contenidos impresos pocas veces son pensados para que también circulen por dispositivos móviles y, además, la apropiación de la comunidad frente a las tecnologías es mínima, por ende, el uso de altavoces comunitarios y el periódico físico son estelares para los lectores.

Para el periódico *Mi Comuna 2* sigue siendo protagonista la edición impresa, mientras que sus actuaciones en medios digitales como *WhatsApp*, aún requieren de posicionamiento frente a contenidos nativos de la web

La Buena 95.4 FM

La Buena 95.4 FM, es una emisora radial alternativa, se considera también como un medio digital. En cuanto a géneros periodísticos, desarrollan tres, el informativo, el de opinión y el interpretativo. Desde allí nutren las emisiones del noticiero y los magazines que forman la parrilla de programación.

En cuanto al género de opinión la emisora centra la atención en programas religiosos católicos, con un programa diario de evangelización y la transmisión radial de la eucaristía. No se utilizan las diferentes plataformas digitales para este fin. En cuanto al género interpretativo no se logra identificar contenidos, no obstante, en algunos magazines se logra ver la implementación de este. En palabras de **Pérez-Serna** (2017):

"Los contenidos de los medios representan las dinámicas locales y culturales de sus territorios. Estos contenidos promueven las identidades y destacan los temas de interés local. Sus franjas de programación acogen a diversos actores comunitarios representados en grupos étnicos, jóvenes y organizaciones comunitarias y esta búsqueda de representación, hace que en particular las experiencias observadas, logren ser sostenibles en el tiempo y busquen de manera permanente generar estrategias de identificación con el medio" (p.10).

En referencia al uso de las plataformas digitales como el *WhatsApp*, la emisora utiliza la aplicación para promover la interacción con la comunidad, los cuales se convierten en fuente de información primaria frente a hechos o acontecimientos que surgen en el sector.

Este medio no hace difusión de los contenidos informativos por *WhatsApp*, pero sí por *Facebook*, *Instagram* y *X*, donde las estadísticas indican que es uno de los canales por donde las audiencias más reciben información. El sitio web de *La Buena 95.4 FM*, también se convierte en una amplia fuente de información

La Buena 95.4 FM usa *WhatsApp* para promover la interacción con la comunidad, los cuales se convierten en fuente de información primaria frente a hechos o acontecimientos que surgen en el sector

para el público, ocupando incluso el primer lugar como medio por el cual la ciudadanía se informa.

Tabla 3. Datos sobre la información que brinda el medio identificado frente a la recepción de los contenidos por la comunidad

| Emisora La Buena 95.4 FM | |
|---|-------------------------------|
| Medios por los cuales se recibe la información | Porcentaje de personas |
| WhatsApp | 17,1 |
| Radio | 11,4 |
| Prensa digital | 28,6 |
| Redes sociales | 42,9 |
| Prensa física | 40,0 |

Por otra parte, los usos característicos que la emisora *La Buena 95.4 FM* relaciona con *WhatsApp*, es la convocatoria a reuniones, eventos o invitaciones importantes para la comunidad, además, sirve como canal de interacción y retroalimentación a través de saludos, mensajes de voz, fotografías, videos, entre otros. Además, la información que las personas frecuentan, distribuyen y comparten desde *WhatsApp* son las relacionadas con temas de seguridad y educativos, también las temáticas de incidencia cultural, laboral y local.

Tabla 4. Tipo de información que la comunidad envía al medio de comunicación vía *WhatsApp*

| Emisora La Buena 95.4 FM | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| Tipo de información | Porcentaje de personas |
| Local | 22,9 |
| Seguridad | 37,7 |
| Comercial | 8,6 |
| Cultural | 25,7 |
| Eventos comunitarios | 14,3 |
| Deportiva | 17,1 |
| Educativa | 28,6 |
| Recreación | 8,6 |
| Laboral | 22,9 |
| Religiosa | 5,7 |
| Salud | 20,0 |
| Mascotas | 20,0 |
| Medio ambiente | 14,3 |
| No aplica | 22,9 |

En conclusión, en la emisora *La Buena 95.4 FM* predominan la distribución de contenidos informativos y de otros géneros, a través de canales nativos del entorno digital, siendo las redes sociales, el sitio web y *WhatsApp*, los lugares predilectos donde la audiencia recepciona la información.

Eje Central

Por último, el tercer medio de comunicación elegido para esta investigación es *Eje Central*, un medio nativo digital. Tiene presencia en canal de *YouTube*, *Facebook* y su web. En cuanto a los formatos periodísticos, utiliza el flash informativo y la entrevista.

De acuerdo con lo anterior, el formato informativo está presente en toda la información entregada a través de este medio, por consiguiente, es un formato transversal. La entrevista es utilizada durante los programas considerados de opinión con el fin de mantener informada a la comunidad y generar una discusión más profunda sobre el análisis de los hechos noticiosos.

"Las tecnologías digitales ofrecen la oportunidad y los instrumentos para hacer visibles y restituir a las mujeres y hombres como ciudadanos con derecho y capacidad para participar en la construcción de conocimiento y en la evaluación de las políticas públicas" (**Moreno-Sardà; Simelio-Solà, 2008**).

En cuanto a los géneros periodísticos, presentan claramente dos. El primero, el informativo que hace parte del manejo noticioso en acontecimientos y eventualidades que se presentan dentro de la comunidad y que son transmitidos a través de su canal en *YouTube*, página de seguidores en *Facebook* y en *WhatsApp*.

En *Eje Central*, el género de opinión es bastante protagónico y bajo esta categoría se desarrollaron contenidos multimediales de carácter religioso y ambiental. Referente al manejo de plataformas digitales, se destinan para la distribución de información y para interacción con público. Por un lado, la difusión se realiza en la plataforma de videos *YouTube* para luego pasar a portales como *Facebook* y *WhatsApp*.

En *Eje Central*, el género de opinión es bastante protagónico y bajo esta categoría se desarrollaron contenidos multimediales de carácter religioso y ambiental. Las plataformas digitales *YouTube*, *Facebook* y *WhatsApp* se usan para la distribución de información y para interacción con público

Sin embargo, cuando de transmitir información se trata, se usan formatos mucho más convencionales dentro de la comunidad como los altavoces y la información impresa. Una iniciativa que generalmente responde a las problemáticas de conectividad y apropiación de TIC que tengan las personas del sector.

Tabla 5. Datos sobre la información que brinda el medio identificado frente a la recepción de los contenidos por la comunidad

| <i>Eje Central</i> | |
|---|-------------------------------|
| Medios por los cuales se recibe la información | Porcentaje de personas |
| <i>WhatsApp</i> | 67,6 |
| Megáfono | 41,2 |
| Afiches | 20,6 |
| Redes sociales | 55,9 |
| Radio | 5,9 |

En cuanto a la interacción en la plataforma *WhatsApp*, generalmente se da con temas controversiales para la comunidad y se debaten en grupos creados para este fin. En ese entorno participan los residentes del barrio para dar su punto de vista relacionado con los temas de interés. La comunidad también da uso a este espacio

para generar y compartir información, siendo los temas de salud, culturales, eventos comunitarios, seguridad y laborales, los que mayormente le interesan a la comunidad.

Tabla 6. Tipo de información que la comunidad envía al medio de comunicación vía WhatsApp

| Eje Central | |
|----------------------------|-------------------------------|
| Tipo de información | Porcentaje de personas |
| Local | 13,3 |
| Seguridad | 33,3 |
| Comercial | 0 |
| Cultural | 43,3 |
| Eventos comunitarios | 43,3 |
| Deportiva | 13,3 |
| Educativa | 18,6 |
| Recreación | 13,3 |
| Laboral | 26,7 |
| Religiosa | 3,3 |
| Salud | 66,6 |
| Mascotas | 10,0 |
| Medio ambiente | 18,6 |
| No aplica | 0 |

3. Conclusiones

Particularmente, el ejercicio periodístico, tanto a nivel corporativo, como a nivel operativo profesional, al decir de **Pérez-Blanco** (2016), ha tenido que reinventarse, y ha migrado progresivamente hacia nuevas modalidades de búsqueda, procesamiento, producción y divulgación de la información, marcadas de modo indeleble por la llegada de plataformas digitales.

Analizar el comportamiento de los medios alternativos de comunicación, es entender dos elementos; por un lado, la decadencia de los medios masivos de comunicación que, como indican **Espiritusanto y Gonzalo-Rodríguez** (2011, p. 6), están perdiendo “la poca credibilidad que los receptores tenían en ellos”. Por otro lado, la fortaleza que les da, en el caso colombiano, la Constitución de 1991, en la cual se permite la libre circulación de la información, la creación de medios de comunicación y la producción de información de cualquier índole bajo su propia responsabilidad.

A lo anterior se suman las medidas locales por legalizar los medios alternativos desde *Políticas Públicas de Comunicación Comunitaria y Alternativa* las cuales fijan los lineamientos oficiales para el funcionamiento y reconocimiento de los mismos y los define como un proceso mediante el cual las comunidades asumen una voz propia y se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes, para desarrollar procesos comunicativos (medios de comunicación, formación, investigación, organización, entre otros), que reivindiquen a la población y sus derechos humanos.

Se logra visualizar el poder de los tres medios comunitarios en cada uno de los lugares de influencia, el empeño por ser cada vez más interactivos y el impacto que es-

tos medios tienen en las audiencias y cómo estas responden al llamado informativo, especialmente en la plataforma *WhatsApp*.

Desde la propuesta informativa y de opinión de los medios de comunicación investigados, se aprecia claramente que son espacios que por lo general parten de contenidos, formatos y géneros periodísticos que son utilizados en los medios tradicionales, predominando en ellos, las noticias, los perfiles o semblanzas, los magazines y las crónicas, entre otros.

Los medios de comunicación explorados destacan el uso y la apropiación de herramientas de TIC, como opciones claras que posibilitaron la generación de contenidos periodísticos o también sirven para propiciar espacios de discusión, retroalimentación e interacción. En esta proyección, las TIC juegan un papel esencial por el impacto que tienen en el periodismo actual (**Estévez-Arias et al.**, 2016).

WhatsApp se utiliza como canal para conectar con las audiencias del medio o como espacio de convocatoria social, de participación y en ocasiones como medio informativo o noticioso

Por ahora, es posible hablar de una articulación tenue entre en los medios de comunicación comunitarios con las opciones multimediales y el *WhatsApp*, aún con muchos bemoles pero con una aproximación temerosa. Al centrarse en el uso de *WhatsApp* se infiere que es utilizado como canal para conectar con las audiencias del medio o como espacio de convocatoria social, de participación y en pocas oportunidades como medio informativo o noticioso.

4. Referencias

Arjona-Martín, José-Borja (2021). Convergencia de medios. Plataformas audiovisuales por Internet (Over-The-Top) y su impacto en el mercado audiovisual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 35-52.

<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1496>

Bock, Mary-Angela; Lazard, Allison (2021). Narrative transparency and credibility: First-person process statements in video news. *Convergence*, 28(3).

<https://doi.org/10.1177/13548565211027813>

Espiritusanto, Óscar; Gonzalo-Rodríguez, Paula (2011). *Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación* (Vol. 31). Fundación Telefónica.

<https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/b53cf083-6c27-41fb-a912-db76b0eb07ac/content>

Estévez-Arias, Tatiana-Mabell; Medina-Chicaiza, Ricardo-Patricio; González-Hernández, Walfredo (2016). El desarrollo de la motivación profesional en la formación de los estudiantes de periodismo con el uso de las TIC. *Revista iberoamericana de educación superior*, 7(20), 191-201.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722016000300191

García-Alonso-Montoya, Pedro (2006). Periodismo digital y periodismo ciudadano. Análisis y propuestas en torno al periodismo digital: VII Congreso Nacional Periodismo Digital Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.

<https://idus.us.es/handle/11441/99411>

Montoya, Julieta; Páez, Ángel (2021). La emergencia de las narrativas transmedia en historias y relatos comunes. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 14(2).

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.10113>

Moreno-Sardá, Amparo; Simelio-Solà, Núria (2008). Periodismo digital y democracia participativa. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, (36), pp. 115-129.

<https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/94526/119741>

Quiroz-Pacheco, Yulvitz-Ramón (2015). Aplicación del *WhatsApp* en el periodismo digital y ciudadano (application of *WhatsApp* in digital and citizen journalism). *HAMUT'AY*, 2(1), 71-83.

<https://doi.org/10.21503/hamu.v2i1.854>

Pérez-Blanco, Paula-María (2016). El periodismo en la era digital. *El País*.

https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html

Pérez-Serna, Débora-Margarita (2017). *Medios y Experiencias de Comunicación y Cultura Retos y recomendaciones de políticas para el fortalecimiento de los medios comunitarios en el posconflicto*.

<https://acortar.link/WwDcLx>

Vanina-Carboni, Ornela (2020). Argentinian open television in the digital scenery. [A televisão aberta argentina no palco digital; La televisión abierta argentina en el escenario digital]. *Signo y Pensamiento*, 39(76).

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp39.taae>