

## Nuevas narrativas en los cibermedios: de la disrupción a la consolidación de formatos y características<sup>1</sup>

Jorge Vázquez-Herrero<sup>2,3</sup>

Recibido: 18 de junio de 2020 / Aceptado: 18 de abril de 2021

**Resumen.** El periodismo digital ha vivido transformaciones constantes en sus primeros 25 años de historia, en los que la forma de contar historias ha cambiado conforme las diferentes especies del ecosistema aparecieron y se interrelacionaron. Superada una fase de significativa experimentación en los formatos narrativos adaptados al medio digital, es necesario evaluar los aspectos que permanecen y su evolución en la producción de los cibermedios. A partir del análisis de contenido en una selección de diez cibermedios y entrevistas con profesionales, se identifican los formatos y las características que se han desplegado con un desarrollo narrativo. Los resultados indican que existe una experimentación significativa que ha llevado determinados rasgos y formas de expresión de la disrupción a la consolidación, en función al grado de adopción e innovación, aunque todavía es extraordinaria la presencia de los proyectos multimedia e interactivos complejos en la oferta informativa cotidiana.

**Palabras clave:** Cibermedios; narrativas; formatos; periodismo digital; innovación

### [en] New narratives in online media: from disruption to consolidation of formats and features

**Abstract.** Digital journalism has undergone constant transformations in its first 25 years, in which the way of telling stories has changed as the different species of the ecosystem appeared and became interrelated. After a phase of significant experimentation in narrative formats adapted to the digital environment, it is necessary to evaluate the aspects that remain and their evolution in the production of online media. Based on content analysis in a selection of ten online media and interviews with professionals, the formats and characteristics that have been produced with a narrative development are identified. The results indicate that there is significant experimentation that has led to certain features and forms of expression from disruption to consolidation, depending on the degree of adoption and innovation, although the presence of complex multimedia and interactive projects in the daily news is still extraordinary.

**Keywords:** Online media; storytelling; formats; digital journalism; innovation.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Las narrativas digitales en el ciberperiodismo. 3. Metodología. 4. Resultados. 4.1. Características comunes de los formatos narrativos. 4.2. Las narrativas del día a día en los cibermedios. 5. Discusión. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Vázquez-Herrero, J. (2021). Nuevas narrativas en los cibermedios: de la disrupción a la consolidación de formatos y características. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 685-696. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70222>

### 1. Introducción

El periodismo digital ya ha cumplido sus 25 primeros años (Salaverría, 2019) tras recorrer etapas de adaptación y experimentación suficientes como para considerar que nada es igual y que todo ha cambiado. Los principios del periodismo permanecen, aunque influidos irremediamente por el impacto de diferentes actores y circunstancias del contexto en el que se ejerce: la tecnología, la desinformación y la pandemia, entre otros.

De la misma forma, la práctica periodística se sostiene sobre los mismos pilares, pero se adapta en un ecosistema donde se han introducido nuevas

especies, desconocidas algunas, que han requerido tiempo para aproximarse y analizar las posibles asociaciones. Las tres dimensiones elementales vinculadas a la red, como principal cambio y motor del ciberperiodismo, fueron la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Salaverría, 2005). No obstante, a día de hoy podemos constatar que las redes sociales (Al-Rawi, 2017; Hermida, 2012) o los dispositivos móviles (Westlund, 2017) han supuesto transformaciones muy significativas que no estaban previstas en las primeras definiciones del ciberperiodismo y, por tanto, fueron descubiertas posteriormente y exploradas.

<sup>1</sup> Este artículo se ha elaborado en el marco del proyecto Cibermedios nativos digitales en España: formatos narrativos y estrategia móvil (RTI2018-093346-B-C33), del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

<sup>2</sup> Universidad de Santiago de Compostela (España)  
E-mail: [jorge.vazquez@usc.es](mailto:jorge.vazquez@usc.es)

<sup>3</sup> Agradecimientos: A David Velasco y Niko Kommenda, por su colaboración desinteresada.

Las prometedoras características de los medios interactivos en los años noventa, y especialmente las de la red Internet, facilitaron la competencia entre las especies y promovieron una nueva organización ecológica donde algunas especies lograron la simbiosis para beneficio mutuo, mientras el parasitismo y la depredación amenazaron algunos equilibrios del ecosistema mediático. Como ocurrió en muchos sectores, el periodismo sufrió las consecuencias de los modelos de financiación basados en la publicidad y sucumbe a la influencia global de las grandes tecnológicas y sus plataformas (Google, Facebook, Apple, etc.). Sin embargo, las mismas causas han tenido consecuencias diferentes en otros casos: medios nativos digitales con modelos sostenibles en la red, otros especializados en el contenido para redes sociales, en lenguajes como la visualización o en generación de contenido automatizado. Por tanto, la evolución de las especies en este nuevo ecosistema mediático (Canavilhas, 2015) ha estado sujeta a su capacidad de adaptación y de identificación de factores influyentes.

En estos 25 años de evolución del ciberperiodismo se han producido interacciones entre especies que han dado lugar a convergencias, algunas muy naturales –de la radio al podcast– y otras más disruptivas –del periódico al bot que personaliza tus noticias–. En muchas ocasiones, emergieron formatos híbridos, siempre con algún vínculo con soportes anteriores (Bolter & Grusin, 1999), que han evolucionado hacia formas de expresión populares y consolidadas, mientras otros se diluyen y quedan relegados a usos excepcionales por diferentes causas –como la sofisticación tecnológica, el alto coste de producción, el desconocimiento de un modelo rentable, etc.–. No obstante, las interacciones en el ecosistema periodístico han dejado huella y, en numerosos casos, señalan rasgos e ideas positivas que contribuyen a las narrativas, independientemente del formato o del producto específico donde se hayan desarrollado. De la misma forma, algunas características exploradas a lo largo de este cuarto de siglo se han adoptado con normalidad en la producción periodística, mientras otras conservan un carácter excepcional e innovador que subraya su potencial.

El objetivo de la investigación es identificar los formatos y las características que se han desplegado en el periodismo contemporáneo con un desarrollo narrativo. Una cierta ilusión optimista por el impacto de la tecnología ha llevado a la experimentación global y no todos los formatos han prosperado o han alcanzado la consolidación, incluso algunos han vivido un auge demasiado acelerado. Sin embargo, toda fase de experimentación deja aprendizajes y en ese sentido la emergencia de nuevas narrativas en el periodismo apunta a un carácter visual y creativo que centra progresivamente la atención en generar una experiencia en el usuario.

## 2. Las narrativas digitales en el ciberperiodismo

La narrativa como acción de contar una historia es inherente al ser humano y, por extensión, a todas sus actividades y formas de expresión (Mello, 2001). Es una manifestación necesaria para el desarrollo de la sociedad (Wilson, 2002) a través de la transferencia de significado (Behmer, 2005) y de conocimiento (Herrera, 2014). Según Barthes, está presente “en todos los tiempos, todos los lugares y todas las sociedades” (1966, p. 1). La búsqueda de nuevos medios narrativos se debe a la necesidad de expandir el conocimiento sobre nosotros mismos y de reimaginar colectivamente quién podemos llegar a ser (Murray, 2017). Por tanto, el desarrollo de la narrativa en la sociedad presenta objetivos compatibles y próximos al periodismo cuando se trata de profundizar en la comprensión del mundo.

Al periodismo narrativo –como género que emplea las técnicas narrativas como la voz, el punto de vista, el personaje, la escena, la trama y la cronología (van Krieken & Sanders, 2019)– se le atribuyen beneficios como la capacidad de crear un contexto con significado para los eventos informativos e involucrar a la audiencia (van Krieken & Sanders, 2017) y se ve como una de las oportunidades de futuro para el periodismo (Neveu, 2014). No obstante, está sujeto a debates por el conflicto con la ética periodística (Casals, 2001) y las tensiones entre hechos y ficción u objetividad y subjetividad (van Krieken & Sanders, 2019). En un sentido tradicional, el periodismo narrativo viene de la aplicación de estructuras y estrategias literarias (Herrscher, 2012), como en el llamado Nuevo Periodismo de los años sesenta; sin embargo, en las últimas décadas se hace uso de las herramientas digitales al alcance de los periodistas, especialmente de carácter multimedia (Jacobson et al., 2016). Este cambio actualiza las tensiones ya reconocidas al expandir las posibilidades técnicas para el periodismo y ha impulsado la emergencia de formatos narrativos alejados de la práctica tradicional definida por la influencia de la literatura, como es el caso de los desarrollos interactivos, inmersivos o gamificados.

Los acelerados cambios tecnológicos generan disrupciones en el escenario mediático contemporáneo (Pavlik et al., 2019), donde el periodismo digital al mismo tiempo moldea y es moldeado por las nuevas tecnologías y plataformas (Steensen et al., 2019) y estas fuerzan una redefinición de cómo la información fluye (Carlson, 2020). Pero ya en los orígenes del ciberperiodismo, el efecto de la tecnología caracterizaba su definición con la llegada de la informática a las redacciones (Boczkowski, 2004) y el desarrollo de la hipertextualidad, el uso de multimedia y la interactividad (Deuze, 2003, 2004; López et al., 2002; Salaverría, 2005), características que alimentaron una forma actual de narrar las historias (George-Palilonis, 2012). La evolución afectó también a los géneros, desde

los clásicos y bien definidos géneros tradicionales del periodismo (Diezhandino, 1994; Gomis, 2008; López Hidalgo, 2016; Martínez Albertos, 1983, entre otros) hacia la heterogeneidad y la hibridación de los géneros ciberperiodísticos (Díaz Noci & Salaverría, 2003; Larrondo, 2008, 2009, 2015; Salaverría, 2005; Steensen, 2009; Trillo-Domínguez & Alberich-Pascual, 2017). En la adaptación al medio digital, los géneros interpretativos con un mayor grado de elaboración ganaron protagonismo en el uso de las funcionalidades de la red (Edo, 2009). Específicamente el reportaje, como relato interpretativo por antonomasia (Paniagua, 2015), protagonizó numerosos casos de innovación en el nuevo soporte por su flexibilidad, adaptación y diversificación en la forma de reportaje o especial multimedia o hipermedia (Larrondo, 2015). Se trata de una forma nativa del ciberperiodismo, por tanto sin equivalente en el periódico impreso, que ha incorporado características, formatos y lenguajes relacionados con la dimensión audiovisual, infográfica, interactiva e inmersiva. Una tipología específica en la que se ha identificado un desarrollo significativo es el reportaje planificado por fases (Freixa, 2015) o la cobertura de eventos (Rampazzo Gambarato & Tàrcia, 2017), donde la organización previa y la dimensión del acontecimiento –también su trayectoria histórica– facilitan un despliegue mayor de recursos.

Al tiempo que evolucionaron los formatos hacia un periodismo multimedia (Ball, 2016; Deuze, 2004), emergieron otros tipos de periodismo en base a modalidades diferenciadas en la producción y el consumo. A los primeros pasos del periodismo narrativo multimedia, con modelos de negocio emergentes (Rodríguez & Albalad, 2012), le siguieron el periodismo lento o *slow journalism* y el periodismo de largo aliento o *long-form journalism*. El contexto de sobreinformación y alta velocidad de distribución y consumo ha motivado la aparición de estrategias que se basan en la profundidad, la narrativa, la reflexión, la calidad a través de elementos multimedia y el trabajo en equipo (Davis, 2016; Lassila-Merisalo, 2014; Le Masurier, 2016). Las piezas *long-form* se caracterizan por la multimodalidad, combinando texto e imágenes, mapas y elementos gráficos con transiciones y ocupando toda la pantalla (Hiippala, 2017).

Si nos referimos a la combinación de plataformas por las que se expande la narrativa, hablamos de narrativas transmedia. La proliferación de plataformas autónomas conectadas y la participación del usuario sostienen la estrategia transmedia (Scolari, 2013), que también se ha trasladado al periodismo (Arrojo, 2015; Irala, 2014; Moloney, 2014; Porto & Flores, 2012; Serrano, 2016). Nuevamente, la complejidad de estas propuestas ha encontrado su espacio en la producción *long-form*, como el reportaje o el documental (Larrondo, 2016) y en la cobertura de eventos (Rampazzo Gambarato & Tàrcia, 2017). En el periodismo transmedia, me-

nos desarrollado que la ficción, se han empleado las plataformas para desarrollar la historia aprovechando sus características, pero también se ha incorporado al usuario como fuente, por ejemplo, en el denominado periodismo  *mashup* (Palomo, 2014) y, con carácter colaborativo, en proyectos muy excepcionales.

Por último, en cuanto a formatos narrativos desarrollados en el periodismo y objeto de estudio en los últimos años, cabe destacar la producción de piezas de periodismo inmersivo, tanto de vídeo 360 grados como realidad virtual y aumentada (De la Peña et al., 2010; Domínguez-Martín, 2015; Parra Valcarce et al., 2017; Uskali et al., 2020); documentales interactivos (Paíno Ambrosio & Rodríguez Fidalgo, 2016; Uricchio, 2015; Vázquez-Herrero et al., 2017) y newsgames (Bogost et al., 2012; Ferrer Conill & Karlsson, 2016; Frasca, 2007; García-Ortega & García-Avilés, 2018).

El desarrollo de nuevos formatos ha dado lugar a nuevas tipologías (Casero-Ripollés et al., 2020; García-Avilés & Arias Robles, 2016; López Hidalgo, 2016; Trillo-Domínguez & Alberich-Pascual, 2020), siempre con un carácter abierto, y constatan una transición de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia (Trillo-Domínguez & Alberich-Pascual, 2020). Pese a la significativa innovación en los medios, en ocasiones vinculada a los media labs (Pozo-Montes & Larrondo Ureta, 2020; Salaverría, 2015), estudios previos hacen referencia a una promesa interactiva latente (Vázquez-Herrero et al., 2020) y una producción diaria alejada de los beneficios asociados a los recursos hipertextuales, multimedia e interactivos (Palau-Sampio & Sánchez-García, 2020). En el presente se unen otros desafíos causados por la influencia de los móviles en el periodismo (Silva et al., 2016), la mediación del algoritmo en las narrativas (Vázquez-Herrero, 2019) y los microformatos en redes sociales y wearables (Anderson, 2015; Bayer et al., 2016; Silva-Rodríguez et al., 2017; Vázquez-Herrero et al., 2020).

### 3. Metodología

La investigación aborda el estudio de los formatos narrativos en una muestra de diez cibermedios seleccionados por su innovación, su relevancia en el ámbito nacional e internacional respaldada en informes del sector –como el *Digital News Report* (Newman et al., 2020) de edición anual– y su diversidad, incluyendo cinco nativos digitales, cuatro con matriz impresa y un grupo multimedia (Tabla 1). El objetivo principal es identificar los formatos y las características que se han desplegado en el periodismo contemporáneo con un desarrollo narrativo, detectando aquellos rasgos que se consolidan en la emergencia de nuevas narrativas.

Tabla 1. Selección de medios.

Medio	País de origen	Tipo
<i>De Correspondent</i>	Países Bajos	Nativo digital
<i>elDiario.es</i>	España	Nativo digital
<i>El Confidencial</i>	España	Nativo digital
<i>El Español</i>	España	Nativo digital
<i>El País</i>	España	Matricial: prensa escrita
<i>Mediapart</i>	Francia	Nativo digital
<i>The Guardian</i>	Reino Unido	Matricial: prensa escrita
<i>The New York Times</i>	Estados Unidos	Matricial: prensa escrita
<i>The Washington Post</i>	Estados Unidos	Matricial: prensa escrita
<i>Radiotelevisión Española</i>	España	Grupo multimedia

A partir de la revisión bibliográfica realizada y los aspectos presentados en las secciones anteriores, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- PI1. ¿Qué grado de desarrollo multimedia-interactivo muestra la producción informativa diaria en los cibermedios?
- PI2. ¿Los formatos innovadores tienen una presencia constante u ocasional en los cibermedios?
- PI3. ¿Se transfieren los rasgos de formatos narrativos ya explorados en los cibermedios hacia los formatos emergentes?

La investigación se ha estructurado en dos fases diferenciadas. La primera parte consiste en un análisis exploratorio-descriptivo (Dahnke, 1986) para tomar

una perspectiva amplia y abierta, captar ejemplos y casos de interés en el periodo 2015-2020. Se identificaron y analizaron 20 piezas destacadas por innovación, ejemplos paradigmáticos desarrollados por los cibermedios y experimentaciones con formatos. En la segunda fase se realizó un análisis de contenido de 20 piezas seleccionadas por su desarrollo narrativo con recursos digitales, a partir de la revisión diaria de la portada de los diez cibermedios, entre el 18 y el 31 de mayo de 2020. En ambas fases se aplicó la ficha de análisis de contenido diseñada *ad hoc* (Tabla 2).

Para complementar el análisis de contenido y enriquecer la interpretación de los resultados, se realizaron dos entrevistas en línea a David Velasco (director de arte de *elDiario.es*) y Niko Kommenda (editor de proyectos visuales de *The Guardian*) en junio de 2020.

Tabla 2. Ficha de análisis de contenido para formatos narrativos en los cibermedios. Elaboración propia con aportaciones de Jacobson et al. (2016) y Vázquez-Herrero et al. (2017).

Formato	Dimensión interactiva	Interactividad selectiva
		Interactividad inmersiva
		Interactividad social
		Interactividad generativa
		Interactividad física
		Grado de interacción
	Dimensión multimedia	Recursos (texto, fotografía, vídeo, ilustración, infografía, mapa, sonido integrado, música, interactivo)
		Grado de integración
	Dimensión hipertextual	Recursos (estructuras alternativas; vínculos intrínsecos, internos y externos; fuentes, documentos y bases de datos; servicios conectados)
Grado de desarrollo		
Estrategia	Crossmedia y transmedia	Plataformas, singularidad, participación
	Inmersión	Presencia, verosimilitud, espacio envolvente, movimiento por continuidad, sonido constante
	Gamificación	Rol del usuario, elementos del juego, mecánicas y dinámicas
Recursos narrativos	Escena, diálogo, caracterización, tensión dramática	
Tipología de formato		

#### 4. Resultados

El análisis de formatos narrativos innovadores publicados por los cibermedios de la muestra en los últimos cinco años permite extraer características comunes y tendencias en el desarrollo de formas de expresión adaptadas a las condiciones tecnológicas de las plataformas interactivas y, fundamentalmente, de la red. Si bien la producción de estos formatos tiene un carácter excepcional, al mismo tiempo se identifica una experimentación generalizada en diferentes grados de complejidad. La capacidad de respuesta de los medios a la innovación muestra una vinculación significativa con sus recursos humanos, tecnológicos y económicos, aunque también influye su naturaleza.

Los diarios de referencia, como *The New York Times* y *The Washington Post*, protagonizan la búsqueda de nuevas narrativas periodísticas y así lo reflejan los múltiples premios que reciben cada año. En este caso, las organizaciones con más recursos han puesto a prueba la aplicación de las últimas tecnologías al servicio del periodismo, incluyendo la realidad virtual y aumentada. Entre octubre de 2016 y enero de 2018, *The New York Times* mantuvo activa su iniciativa *The Daily 360* en la que se publicaba diariamente una historia en vídeo 360 grados, complementando la apuesta iniciada en 2015 con proyectos inmersivos como *The Displaced*. El medio británico *The Guardian* exploró las tecnologías inmersivas con la puesta en marcha del estudio de realidad virtual entre 2016 y 2018, también *El País* exploró estos formatos con varias producciones en 2016. Otros medios con capacidad menor para implementar proyectos ambiciosos, se unieron a la tendencia con la producción de vídeos 360 grados de bajo coste. Este breve repaso deja entrever la constante transformación y la influencia de las tecnologías en momentos concretos, con apuestas estratégicas desde los medios que después son sustituidas o relegadas a un segundo plano con la llegada de la siguiente novedad. Después de la primera ola de realidad virtual, un leve giro introdujo la realidad aumentada tanto en las aplicaciones móviles de medios como *The New York Times* y *The Washington Post* como en los platós de televisión y en las visualizaciones animadas en la web. Independientemente de la influencia temporal de cada tecnología, siempre hay aspectos que prevalecen por su valor para la renovación narrativa.

La tipología de los cibermedios influye también en la predisposición para innovar en formatos, destacando la apuesta de las empresas audiovisuales, como *Radiotelevisión Española* a través del Laboratorio de Innovación Audiovisual, y de los cibermedios nativos digitales. En España tanto *El Confidencial* como *elDiario.es* demuestran en los últimos años un interés importante por renovar la forma de contar historias. Estos medios han publicado especiales y reportajes con un gran despliegue multimedia y otros formatos como *newsgames* y documentales interactivos. Entre los restantes nativos digitales analizados, *El Español* cuenta con algún caso de experimentación en el pa-

sado –el especial *Suicidios* en 2015–, mientras que *Mediapart* –de marcado carácter participativo– y *De Correspondent* –con una propuesta de periodismo constructivo y desligado de la actualidad más inmediata– son más tradicionales en sus formatos y priman la elaboración de contenidos que responden a los propósitos de sus estrategias diferenciadoras.

La innovación en los cibermedios se impulsa con apuestas estratégicas de la organización, en varios casos canalizadas a través de un laboratorio de innovación. *El Confidencial*, *El País*, *Radiotelevisión Española*, *The New York Times* y *The Guardian* cuentan con un equipo específico de innovación, en forma de laboratorio o de departamento de investigación y desarrollo.

Si ponemos la atención en los 20 productos específicos que se identificaron y analizaron del periodo 2015-2020, observamos una variedad de formatos que responden a la heterogeneidad propia de la producción en la red. La transición de los géneros periodísticos en el medio digital ha evolucionado las narrativas hacia una hibridación considerable, donde se incluyen adaptaciones, convergencias y disrupciones. El reportaje multimedia muestra una evolución natural desde el género interpretativo en prensa, incorporando diferentes medios y lenguajes para profundizar en la historia. El documental interactivo se sitúa a medio camino entre el documental periodístico y cinematográfico, con un desarrollo más complejo de las funcionalidades interactivas, del rol del usuario y de su contribución. La implementación de tecnologías inmersivas se centra en la sensación de presencia y la verosimilitud en un consumo más envolvente y físico. Y la gamificación implica una aproximación a la realidad desde una perspectiva totalmente ajena como es el juego, que permite que el usuario tome decisiones y se involucre en el devenir del relato. Además de estos formatos, emergen productos que combinan características o que implementan puntualmente rasgos de otros formatos. Por una parte, esta hibridación invita a abandonar las categorizaciones rígidas y asumir el intercambio y la interrelación de las formas de expresión. Por otra parte, estimula la búsqueda de características comunes en los formatos narrativos del ciberperiodismo.

#### 5. Características comunes de los formatos narrativos

Los formatos narrativos en el ciberperiodismo presentan una estructura y una combinación de recursos comunes que los caracterizan y que construyen significado. Se exponen a continuación los rasgos identificados en el análisis de 20 piezas publicadas entre 2015 y 2020 en tres dimensiones: hipertextual, multimedia e interactiva.

El hipertexto estructura el contenido y la navegación del mismo, bien sea en la Web o en cualquier soporte interactivo, basándose en nodos y vínculos. Los formatos presentan su contenido fragmentado, siendo accesible y navegable de forma no lineal.

Generalmente incorporan un menú o índice de contenidos que facilita la identificación de sus bloques. En la práctica, estos mecanismos se traducen en la cesión parcial del control del ritmo, principalmente, y del orden, además de facilitar la personalización al permitir que el usuario seleccione los contenidos que desea. El formato donde se identifica un desarrollo hipertextual más profundo es el documental interactivo. Otro uso muy frecuente del hipertexto se refleja en la integración de botones para navegar, para compartir el contenido o para dirigirse a la portada u otras secciones del medio; en pocas ocasiones se amplía el contenido enlazando fuentes, documentos, informes o bases de datos externas.

La dimensión multimedia abarca los medios y lenguajes empleados en el relato. La combinación de texto, imagen –fotográfica, ilustrada y audiovisual–, sonido –voz, ambiente, efectos y música–, infografías y mapas, así como elementos interactivos, ofrece aproximaciones diferentes y complementarias a la realidad representada. El grado de integración multimedia define en qué medida los elementos interactúan entre sí y conforman un conjunto comunicativo. El diseño de la interfaz influye en buena medida en la integración multimedia, que generalmente muestra un nivel medio en la mayoría de las publicaciones –se introducen fotografías, vídeos o visualizaciones de datos entre el texto sobre interfaces estándar sin elaboración–. Sin embargo, se aprecia una tendencia a desarrollar los formatos narrativos en espacios al margen de la interfaz gráfica principal del cibermedio y a pantalla completa bajo un modelo de diseño integral, lo que reduce las posibilidades de distracción con otros contenidos y mejora las posibilidades de integración y de navegación, en muchas ocasiones articulada con mecanismos que aportan fluidez como la animación de capas con *scroll*, el uso de transiciones y el efecto *parallax*. El movimiento por continuidad y la incorporación de sonido constante –dos características clave en los formatos inmersivos, también presentes en reportajes o documentales interactivos– contribuyen a crear una atmósfera en la que se introduce el usuario.

La interactividad, condición muy relacionada con las dimensiones hipertextual y multimedia, abre diferentes caminos en los que la relación del usuario con la historia es un elemento central. A partir de la estructura, hemos mencionado las opciones de control, personalización y selección. Un paso más en la dimensión interactiva implica conceder un rol o una misión al usuario. En *6x9* de *The Guardian*, el usuario se introduce en la realidad virtual para sentirse encerrado en una pequeña celda. En *El bueno, el malo y el tesorero* de *El Confidencial*, el jugador asume el papel de tesorero municipal y debe lidiar con influencias y tramas corruptas. La toma de decisiones –presente con frecuencia en *newsgames* y documentales interactivos– plantea otro tipo de interacción donde la respuesta condiciona la evolución de la narrativa, aunque el efecto sea controlado desde la fase de diseño y, por tanto, la libertad de elección esté limi-

tada. La incorporación de tecnologías inmersivas ha reforzado el objetivo de generar presencia del usuario en el espacio representado o, dicho de otra forma, la sensación de estar allí. Aunque es una condición que también se explora desde la construcción multimedia de la historia, la inmersión implica una concepción diferente de interacción con el contenido, con una parte física y la posibilidad de actuar en el espacio virtual. En definitiva, el usuario experimenta a través de los recursos interactivos una relación diferente con la historia y un papel más activo en la narrativa.

Pero la interactividad también integra la participación, una dimensión escasamente explorada y muy limitada en las narrativas de los cibermedios. Por lo general, se reduce a las funciones de compartir el enlace en redes sociales –opción presente en la amplia mayoría de las publicaciones– y, ocasionalmente, incorpora el apartado de comentarios de la propia interfaz del medio. Sin embargo, todavía es extraordinaria la presencia de iniciativas de colaboración y co-creación de la audiencia en los cibermedios, mientras que en formatos equivalentes con otros orígenes –por ejemplo, proyectos de no ficción de productoras o colectivos independientes– sí se ha explorado la interactividad participativa con éxito.

En las tres dimensiones se han destacado características comunes de los formatos narrativos que están desarrollando los cibermedios, no obstante, no todas tienen que estar presentes y habitualmente se muestra una combinación de ellas. Estas características o recursos que han aparecido a lo largo de los últimos años en las narrativas periodísticas tienen diferentes funciones y se interrelacionan entre sí conformando un conjunto que expresa un significado, a través del mensaje y de su experiencia.

Con el fin de expandir la narrativa, ofrecer diferentes puntos de acceso e incorporar la participación del usuario, consideramos también un concepto transversal como la dimensión transmedia. La combinación de plataformas y formatos se asume progresivamente como una concepción natural de las narrativas digitales. En el análisis realizado se han identificado estrategias combinadas de formatos y soportes: especial en la web y documental lineal; reportaje y vídeo 360 grados; realidad virtual, podcast y reportajes; *newsgame* o webdoc y reportaje en televisión; cobertura de evento con contenidos audiovisuales e interactivos, entre otros. Se hace evidente la búsqueda de propuestas que abarquen varias plataformas, donde habitan públicos diferenciados, aunque la participación también sea limitada y lo más habitual consiste en una adaptación del contenido de la web a los perfiles de redes sociales.

## 5. Las narrativas del día a día en los cibermedios

La tendencia generalizada es la publicación de artículos donde prima el texto acompañado de fotografía o vídeo, con opciones para compartir en redes sociales o comentar y un grado bajo de hipertextualidad, es-

pecialmente hacia fuentes o documentos externos al medio. Por tanto, los formatos narrativos más elaborados –como los citados documentales interactivos, *newsgames* o experiencias inmersivas– no están presentes de forma frecuente en el día a día de la oferta informativa de los cybermedios. No obstante, del análisis se han extraído características comunes que sí se implementan en las publicaciones cotidianas.

Aunque mantienen un carácter excepcional, en el período de dos semanas de análisis se han encontrado formatos narrativos en el formato de especial o reportaje multimedia, aunque también aproximaciones a la gamificación (*news quiz* de *The New York Times*), contenidos inmersivos (*Ciudades vacías por el coronavirus* de *Radiotelevisión Española*) e interactivos (*Soundscape* de *The Guardian*), así como estrategias transmedia para difundir las historias (*El método Merkel* de *El País*) y adaptaciones para diferentes soportes analógicos y digitales (*An Incalculable Loss*, portada de *The New York Times*).

Los rasgos comunes de los formatos de narrativa digital que aparecen en la producción diaria de los cybermedios analizados se relacionan en mayor grado con el carácter multimedia, destacando las historias visuales que combinan fotografía, vídeo y sonido ambiente, como la serie *La cara detrás del dato* de *El País*. Buscan la integración de diferentes medios y lenguajes en diseños a pantalla completa y de navegación fluida, fuera de la interfaz estándar del medio. El usuario disfruta de cierto nivel de control en lo que se refiere al avance, el ritmo del relato y la selectividad de contenidos, ocasionalmente a través de la fragmentación del contenido y la presencia de menús. El hipertexto tiene un desarrollo, por lo general, básico y en un tercio de los casos se localizaron enlaces a fuentes externas<sup>4</sup>. La dimensión participativa es muy limitada: se puede compartir el contenido en redes sociales sin salir de la web y ocasionalmente hay un espacio para comentarios; en cambio, solo se identificaron dos casos que permiten la contribución de los usuarios (un artículo colaborativo en *The New York Times* y el *Memorial del coronavirus* de *Radiotelevisión Española*).

Respecto a las estrategias transmedia, lo más común es adaptar el contenido para su difusión por redes sociales, una opción extendida entre los cybermedios analizados. En casos extraordinarios, se combinan diferentes formatos y soportes o contenidos que extienden la narrativa a partir de un nodo central. En una mirada panorámica sobre los cybermedios, se ha constatado una clara apuesta por los fotorreportajes, el desarrollo de piezas audiovisuales –incluso de documentales, como en *El Confidencial* y *The Guardian*, o vídeo-encuentros en *Mediapart* y *elDiario.es*– y, siguiendo una de las tendencias de los últimos años, la producción generalizada de podcast temáti-

cos, de actualidad y, también, sobre investigaciones periodísticas.

## 6. Discusión

La producción de narrativas multimedia e interactivas en los cybermedios no está presente en el día a día, aunque sí han explorado en los últimos años diferentes formatos innovadores. Por tanto, los proyectos complejos tienen un carácter excepcional, que no se opone a la inclusión de características comunes en otros formatos cotidianos. El grado de innovación, en este sentido, depende en buena medida de la capacidad en cuanto a recursos y de su naturaleza –más destacado en grandes organizaciones, en las de perfil multimedia o audiovisual y en aquellas iniciativas que sitúan la innovación como eje estratégico–. Además del coste de producción, es lógico que los esfuerzos se concentren en eventos especiales y temas de profundidad. Desde *elDiario.es*, David Velasco señala que han restringido estos despliegues “a aquellas ocasiones o lances informativos que más se benefician de las posibilidades narrativas que ofrecen esos formatos” (Velasco, comunicación personal, 8 de junio de 2020) y añade que la mayoría de especiales que han publicado tuvieron detrás una motivación comercial. Se trata de una realidad presente también en *The Guardian*, por lo que son selectivos con los proyectos interactivos en los que se embarcan, teniendo en cuenta la dificultad para medir su éxito, aunque cuentan con un equipo de 15 personas dedicadas al desarrollo de proyectos visuales: “El rol exacto del periodismo interactivo e inmersivo y cómo canalizamos nuestros recursos limitados son revisados constantemente” (Kommenda, comunicación personal, 14 de junio de 2020).

La diversidad y la hibridación de narrativas digitales periodísticas justifica que se superen las clasificaciones al detalle y cerradas, para abordar con mayor amplitud y apertura la contribución de los formatos narrativos. En este sentido, la ficha ha servido como guía de un análisis para identificar los rasgos comunes y su contribución. Independientemente de la tecnología novedosa de cada momento, los resultados señalan una serie de características que se han asumido y aplicado en diferentes formatos narrativos por su efecto positivo hacia la generación de una experiencia:

- control, selección y personalización;
- niveles de profundización y expansión;
- integración multimedia;
- diseño integral;
- navegación fluida;
- generación de atmósfera;
- rol o misión;
- inmersión;
- participación;
- transmedialidad.

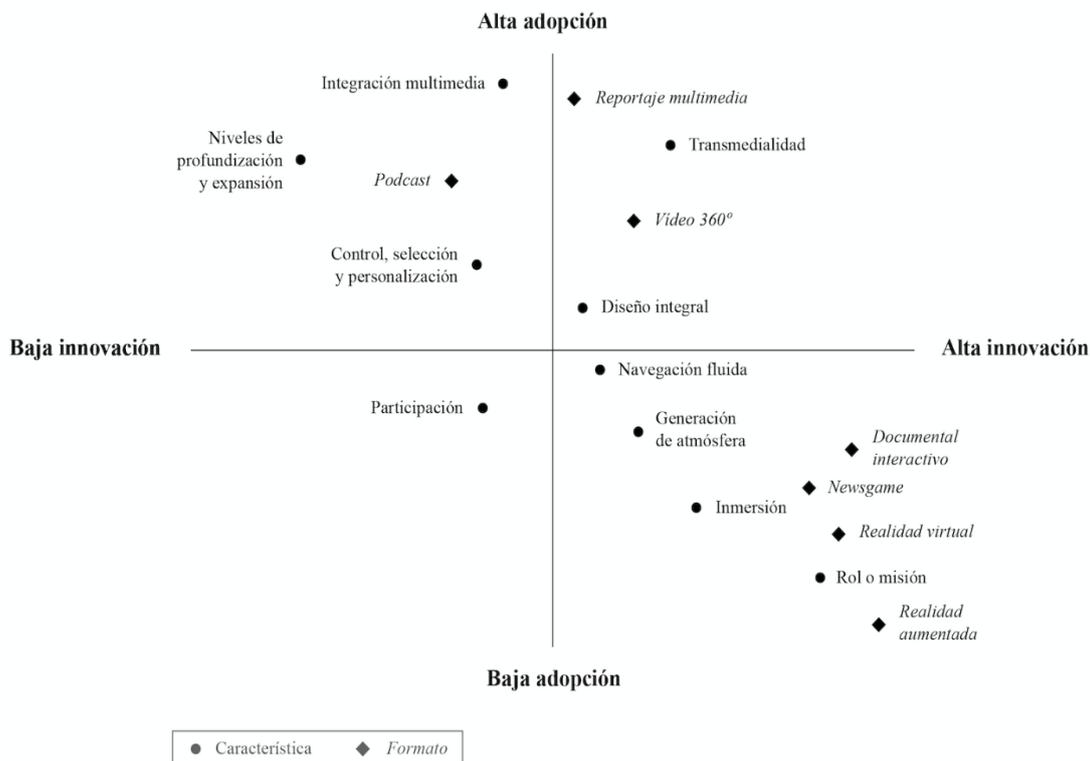
<sup>4</sup> Un ejemplo destacado de desarrollo hipertextual es *De Correspondent*, que incorpora multitud de enlaces a otras publicaciones y fuentes, así como ampliaciones y aclaraciones que se despliegan opcionalmente en el interior del texto.

Más allá de la naturaleza digital de los formatos analizados, su producción refuerza el uso de los recursos narrativos: escena, diálogo, caracterización y tensión dramática (Jacobson et al., 2016). La escena tiene un rol fundamental, especialmente en los contenidos inmersivos, pues existe una preocupación por situar al usuario en el espacio de la historia y añadir un efecto emocional. Las técnicas aplicadas para crear diseños únicos, navegaciones fluidas que integran los diferentes medios y la incorporación de elementos como el sonido ambiente refuerzan el valor de la escena. El diálogo cuenta con una presencia relevante, facilitada por los medios audiovisuales donde las fuentes se dirigen directamente al usuario y este se relaciona con ellas. La narrativa desarrolla su caracterización de forma extensa y cargada de detalles para construir perfiles de personajes, incluso incorporando al propio usuario como uno más en la historia cuando se le concede un rol en ella. El despliegue más profundo de estos recursos narrativos se da en los proyectos interactivos, donde el usuario tiene una misión, un objetivo o la posibilidad de participar. La tensión dramática alimenta la experiencia con

los recursos propios de la trama: inicio, nudo y desenlace, un camino hacia la resolución de un conflicto o la respuesta a una pregunta; para guiar al usuario y estimular la experiencia. Estos recursos narrativos pueden contribuir a una experiencia única en proyectos determinados “en tanto que difieren de los que haya podido emplear otro medio en esa misma cobertura informativa” (Velasco, 2020), pero no dejan de ser recursos adaptados o que se toman prestados de otros dominios (Kommenda, 2020), como la cinematografía o la literatura.

Para determinar, de forma aproximada, el estado actual de los formatos y las características de las narrativas periodísticas en el medio digital, se representa sobre dos ejes (Figura 1) su evolución de la disrupción a la consolidación. Tomando en consideración el grado de adopción y de innovación, observamos en el primer cuadrante<sup>5</sup> un grupo de elementos en consolidación; en el segundo cuadrante los estandarizados; en el tercero una característica como la participación, que sin demandar un alto grado de innovación, no presenta una implantación significativa en las narrativas; y, por último, los rasgos todavía extraordinarios y con mayor potencial de desarrollo.

Figura 1. Formatos y características según el grado de adopción e innovación. Elaboración propia



La racionalización del uso de las posibilidades interactivas ha conducido a narrativas sencillas y más lineales (Velasco, 2020), al tiempo que los usuarios prefieren un consumo tradicional y guiado de los interactivos (Kommenda, 2020). No obstante, la experimentación con narrativas complejas contribuye

al avance en la forma de contar las historias en el periodismo digital y pone sobre la mesa importantes retos –señalados por los entrevistados de *elDiario.es* y *The Guardian*– como la disponibilidad de recur-

<sup>5</sup> Siguiendo el orden de los ejes cartesianos, comenzando por el superior derecho y continuando en sentido antihorario.

sos, el modelo de negocio, la monitorización de la audiencia y el archivo de los proyectos, para superar la obsolescencia constante y acelerada por continuas actualizaciones de navegadores y tecnologías.

## 7. Conclusiones

La investigación ha permitido identificar formatos y características del periodismo digital puestas al servicio de la narrativa. No obstante, la producción informativa diaria no muestra un desarrollo multimedia-interactivo significativo en los cibermedios analizados (PI1): los recursos son limitados y también la posibilidad de medir su éxito y rentabilidad. Por tanto, los formatos innovadores tienen un carácter excepcional y experimental en la oferta de los cibermedios, aunque sostenida en el tiempo (PI2). La excepcionalidad de la producción de estos formatos, aunque resulte atractiva y diferenciadora, también es natural, por el grado de experimentación y especialización técnica requerida y porque no todo el contenido puede demandar acción y dedicación del usuario. Efectivamente, constatamos que la producción cotidiana no aprovecha plenamente los recursos hipertextuales, multimedia e interactivos (Palau-Sampio & Sánchez-García, 2020).

La exploración constante de nuevas formas de contar las historias en los medios ha permitido consolidar algunos rasgos comunes (PI3), destacando la integración multimedia en un diseño integral, el control del avance y la personalización, así como el carácter transmedia de las narrativas digitales contemporáneas –hacia una normalización incompleta con escasa participación, dirigida a estar en más platafor-

mas, alcanzar más audiencia y crear marca–. Otros aspectos todavía presentan un gran potencial pero su adopción es baja, como la realidad aumentada y virtual o formatos complejos como el documental interactivo y los *newsgames*. El despliegue de formatos narrativos interactivos en el periodismo muestra tres dimensiones en las que se desarrollan: narrativa (con la incorporación de recursos narrativos adaptados al medio digital), transmedia (integrando múltiples plataformas y la participación) y experiencia (situando al usuario en el centro).

Más allá del día a día, los formatos y sus características muestran una evolución, en diferentes grados, de la disrupción a la consolidación. Aquellos que en el año 2015 eran pioneros, hoy están superados por otra tecnología o aplicación de la misma; pero algunos de ellos han dejado rastro y aportan rasgos que son asumidos en los proyectos del presente. Al margen del desarrollo tecnológico concreto, en los últimos años se percibe un giro hacia la búsqueda de una experiencia en el usuario –que se sienta presente, participe e inmerso–, donde el relato es clave para conectar con él o con ella (Sánchez-García & Salaverría, 2019).

El periodismo y los cibermedios continuarán enfrentándose a retos constantes para adaptarse y sobrevivir. En lo referente al desarrollo de nuevas narrativas, deberán lidiar con el efecto de las tecnologías venideras, el exigente requisito de recursos y especialización para su producción, la búsqueda de un modelo sostenible y rentable, el análisis de la audiencia y la evaluación del éxito, así como el desafío del archivo de los proyectos digitales. No obstante, el mayor reto seguirá siendo generar una experiencia única, atractiva y diferenciadora que involucre al usuario en la historia.

## 7. Referencias bibliográficas

- Al-Rawi, A. (2017). News values on social media: News organizations' Facebook use. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 18(7), 871–889. <https://doi.org/10.1177/1464884916636142>
- Anderson, K.E. (2015). Getting acquainted with social networks and apps: Snapchat and the rise of ephemeral communication. *Library Hi Tech News*, 32(10), 6–10. <https://doi.org/10.1108/LHTN-11-2015-0076>
- Arrojo, M.J. (2015). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. *Palabra Clave – Revista de Comunicación*, 18(3), 746–787. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.6>
- Ball, B. (2016). Multimedia, Slow Journalism as Process, and The Possibility of Proper Time. *Digital Journalism*, 4(4), 432–444. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1114895>
- Barthes, R. (1966). Introduction à l'analyse structurale des récits. *Communications*, 8, 1–27.
- Bayer, J.B., Ellison, N.B., Schoenebeck, S.Y., & Falk, E.B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956–977. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084349>
- Behmer, S. (2005). *Digital storytelling: Examining the process with middle school students*. Iowa State University.
- Boczkowski, P.J. (2004). *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. The MIT Press.
- Bogost, I., Ferrari, S., & Schweizer, B. (2012). *Newsgames. Journalism at Play*. The MIT Press.
- Bolter, J.D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. The MIT Press.
- Canavilhas, J. (2015). Nuevos medios, nuevo ecosistema. *El Profesional de La Información*, 24(4), 357. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.01>
- Carlson, M. (2020). Journalistic epistemology and digital news circulation: Infrastructure, circulation practices, and epistemic contests. *New Media & Society*, 22(2), 230–246. <https://doi.org/10.1177/1461444819856921>

- Casals, M.J. (2001). La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 7, 195–219.
- Casero-Ripollés, A., Marcos-García, S., & Alonso-Muñoz, L. (2020). New Formats for Local Journalism in the Era of Social Media and Big Data: From Transmedia to Storytelling. In J. Vázquez-Herrero, S. Direito-Rebollal, A. Silva-Rodríguez, & X. López-García (Eds.), *Journalistic Metamorphosis* (pp. 69–83). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-36315-4\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-030-36315-4_6)
- Dahnke, G.L. (1986). Investigación y comunicación. In *La comunicación humana en ciencia social* (pp. 385–454). McGraw-Hill.
- Davis, S. (2016). Slowing Down Media Coverage on The US–Mexico Border. *Digital Journalism*, 4(4), 462–477. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1123101>
- De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M.V., & Slater, M. (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Presence*, 19(4), 291–301. [https://doi.org/10.1162/PRES\\_a\\_00005](https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005)
- Deuze, M. (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, 5(2), 203–230. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139–152. <https://doi.org/10.1080/1461670042000211131>
- Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel.
- Diezhandino, P. (1994). *Periodismo de servicio*. Bosch.
- Domínguez-Martín, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *El Profesional de La Información*, 24(4), 413–423. <https://doi.org/10.3145/eipi.2015.jul.08>
- Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo: el impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Comunicación Social.
- Ferrer Conill, R., & Karlsson, M. (2016). The Gamification of Journalism. In H. Gangadharbatla & D. Z. Davis (Eds.), *Emerging research and trends in gamification* (pp. 356–383). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8651-9.ch015>
- Frasca, G. (2007). *Play the Message: Play, Game and Videogame Rhetoric*. IT University of Copenhagen, Denmark.
- Freixa, P. (2015). Reportajes especiales en los cibermedios. Análisis de diez años de Premios Goya y Oscar Awards en [Elpais.com](http://Elpais.com) (2005-2014). *El Profesional de La Información*, 24(3), 291–300. <https://doi.org/10.3145/eipi.2015.may.09>
- García-Avilés, J.A., & Arias Robles, F. (2016). Journalism genres in Twitter's visual formats: a proposal for classification. *Textual & Visual Media*, 9, 101–132.
- García-Ortega, A., & García-Avilés, J.A. (2018). Los newsgames como estrategia narrativa en el periodismo transmedia: propuesta de un modelo de análisis. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 327–346. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.19>
- George-Palilonis, J. (2012). *The multimedia journalist. Storytelling for today's media landscape*. Oxford University Press.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Editorial UOC.
- Hermida, A. (2012). Social Journalism: Exploring how Social Media is Shaping Journalism. In E. Siapera & A. Veglis (Eds.), *The Handbook of Global Online Journalism* (pp. 309–328). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118313978.ch17>
- Herrera, R. (2014). *Érase unas veces: Filiaciones narrativas en el arte digital*. Editorial UOC.
- Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con armas de la literatura*. Universitat de Barcelona.
- Hiippala, T. (2017). The Multimodality of Digital Longform Journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 420–442. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1169197>
- Irala, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 20(1), 147–158. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n1.45224](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45224)
- Jacobson, S., Marino, J., & Gutsche, R. E. (2016). The digital animation of literary journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 17(4), 527–546. <https://doi.org/10.1177/1464884914568079>
- Larrondo, A. (2008). *Los géneros en la Redacción Ciberperiodística*. Universidad del País Vasco.
- Larrondo, A. (2009). La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. *Comunicación y Sociedad*, 22(2), 59–88.
- Larrondo, A. (2015). Cibergéneros para la profundización informativa y el diálogo: reportaje, crónica, entrevista y otros. In L. Núñez Ladevéze (Ed.), *Periodismo en la red: géneros, estilos y normas* (pp. 157–186). Editorial Universitat.
- Lassila-Merisalo, M. (2014). Story First – Publishing Narrative Long-Form Journalism in Digital Environments. *Journal of Magazine & New Media Research*, 15(2), 1–15.
- Le Masurier, M. (2016). Slow Journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 439–447. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1139902>
- López Hidalgo, A. (2016). El periodismo que contará el futuro. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 131, 239–256.
- López, X., Gago, M., & Pereira, X. (2002). *Novas tendencias do xornalismo electrónico*. Lea.
- Martínez Albertos, J.L. (1983). *Curso general de redacción periodística*. Mitre.

- Mello, R. (2001). The power of storytelling: How oral narrative influences children's relationships in classrooms. *International Journal of Education and the Arts*, 2(1), 1–14.
- Moloney, K. (2014, April 21). Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name? *Transmedia Journalism*.
- Murray, J. (2017). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. The MIT Press.
- Neveu, E. (2014). Revisiting Narrative Journalism as One of The Futures of Journalism. *Journalism Studies*, 15(5), 533–542. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.885683>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Kleis Nielsen, R. (2020). *Digital News Report 2020*. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)
- Paíno Ambrosio, A., & Rodríguez Fidalgo, M. I. (2016). Renovarse o morir. Los 'docugames', una nueva estrategia transmedia que reinventa las formas de transmitir la realidad. *Revista ICONO14*, 14(1), 155–180. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.908>
- Palau-Sampio, D., & Sánchez-García, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*, 33(2), 1–16. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.1-16>
- Palomo, B. (2014). Nuevas narrativas informativas: el caso de Storify. *Hipertext.Net: Revista Académica Sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, 12. <https://doi.org/10.2436/20.8050.01.5>
- Paniagua, P. (2015). *Los géneros en la Red: reportaje, entrevista y crónica*. Editorial Fragua.
- Parra Valcarce, D., Edo Bolós, C., & Marcos Recio, J. C. (2017). Análisis de la aplicación de las tecnologías de realidad aumentada en los procesos productivos de los medios de comunicación españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1670–1688. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1240>
- Pavlik, J.V., Dennis, E.E., Mersey, R.D., & Gengler, J. (2019). Conducting Research on the World's Changing Mediascape: Principles and Practices. *Media and Communication*, 7(1), 189–192. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.1982>
- Porto, D., & Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia: reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Editorial Fragua.
- Pozo-Montes, Y., & Larrondo Ureta, A. (2020). Revisión de los factores de innovación en periodismo: análisis de laboratorios de medios. *ZER – Revista de Estudios de Comunicación*, 25(48), 191–210. <https://doi.org/10.1387/zer.21417>
- Rampazzo Gambarato, R., & Tárca, L. P. T. (2017). Transmedia Strategies in Journalism. *Journalism Studies*, 18(11), 1381–1399. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1127769>
- Rodríguez, J.M., & Albalad, J. M. (2012). Nuevas ventanas del periodismo narrativo en español: del big bang del boom a los modelos editoriales emergentes. *Textual & Visual Media*, 5, 287–310.
- Salaverriá, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. EUNSA.
- Salaverriá, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. *El Profesional de La Información*, 24(4), 397–404. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.06>
- Salaverriá, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El Profesional de La Información*, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Sánchez-García, P., & Salaverriá, R. (2019). Multimedia news storytelling: Semiotic-narratological foundations. *El Profesional de La Información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.03>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan* (Deusto (ed.)).
- Serrano, A. (2016). Transmedia Journalism: Exploring Genres and Interface Design. *Trípodos*, 38, 67–85.
- Silva-Rodríguez, A., López-García, X., & Toural-Bran, C. (2017). Los iWatch: el intenso flujo de microformatos de “periodismo de un vistazo” alimentan seis de los principales medios online. In *Revista Latina de Comunicación Social* (Vol. 72). <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1160>
- Silva, A., López, X., Westlund, O., & Ulloa, N. G. (2016). Iniciativas en la comunicación móvil: Mapeo de los canales, el contenido, la conversación y el comercio en Europa y los EE.UU. *Observatorio*, 10(1), 201–217.
- Steensen, S. (2009). Online Feature Journalism. *Journalism Practice*, 3(1), 13–29. <https://doi.org/10.1080/17512780802560716>
- Steensen, S., Grøndahl Larsen, A. M., Hågvar, Y. B., & Fonn, B. K. (2019). What Does Digital Journalism Studies Look Like? *Digital Journalism*, 7(3), 320–342. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1581071>
- Trillo-Domínguez, M., & Alberich-Pascual, J. (2017). Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik. *El Profesional de La Información*, 26(6), 1091–1099. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.08>
- Trillo-Domínguez, M., & Alberich-Pascual, J. (2020). Análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(1), 367–375. <https://doi.org/10.5209/esmp.67317>
- Uricchio, W. (2015). *Mapping the intersection of two cultures: interactive documentary and digital journalism*. MIT Open Documentary Lab.
- Uskali, T., Gynnild, A., Jones, S., & Sirkkunen, E. (2020). *Immersive Journalism as Storytelling: Ethics, Production, and Design*. Routledge.
- van Krieken, K., & Sanders, J. (2017). Framing narrative journalism as a new genre: A case study of the Netherlands. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 18(10), 1364–1380. <https://doi.org/10.1177/1464884916671156>

- van Krieken, K., & Sanders, J. (2019). What is narrative journalism? A systematic review and an empirical agenda. *Journalism*, 146488491986205. <https://doi.org/10.1177/1464884919862056>
- Vázquez-Herrero, J. (2019). La mediación del algoritmo en las narrativas interactivas. In L. Brossi, T. Dodds, & E. Passeron (Eds.), *Inteligencia artificial y bienestar de las juventudes en América Latina* (pp. 269–276). LOM Ediciones.
- Vázquez-Herrero, J., López-García, X., & Irigaray, F. (2020). The Technology-Led Narrative Turn. In J. Vázquez-Herrero, S. Direito-Rebollal, A. Silva-Rodríguez, & X. López-García (Eds.), *Journalistic Metamorphosis* (pp. 29–40). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-36315-4\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-36315-4_3)
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.C., & López-García, X. (2020). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, 146488492096909. <https://doi.org/10.1177/1464884920969092>
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.C., & Pereira-Fariña, X. (2017). Contribuciones del documental interactivo a la renovación de las narrativas periodísticas: realidades y desafíos. In *Revista Latina de Comunicación Social* (Vol. 72). <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1171>
- Westlund, O. (2017). Mobile News: The Future of Digital Journalism. In B. Franklin & S. A. Eldridge II (Eds.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies* (pp. 207–216). Taylor and Francis.
- Wilson, E.O. (2002). The power of story. *American Educator*, 26(1), 8–11.

Jorge Vázquez-Herrero. Doctor en Comunicación. Profesor e investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela (USC). Es miembro del grupo de investigación *Novos Medios* y de la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia (ICLA–UNR, Argentina). Ha sido investigador visitante en la Universidad Nacional de Rosario, Universidade do Minho, University of Leeds y Tampere University. Su investigación se centra en las narrativas de no ficción interactiva y el periodismo digital, analizando el diseño, la producción y la recepción de las narrativas transmedia, inmersivas e interactivas en los medios digitales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9081-3018>