



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2016 - 2017**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**El Nuevo Periodismo que viene: la  
evolución de nuevas narrativas en  
los medios digitales**

**Alumno: Ana Costales Represa**

**Tutora: M.<sup>a</sup> Pilar Sánchez García**

**Convocatoria: Segunda**

*“Hay profesiones para las que, normalmente, se va a la universidad, se obtiene un diploma y ahí se acaba el estudio. Durante el resto de la vida se debe, simplemente, administrar lo que se ha aprendido. En el periodismo, en cambio, la actualización y el estudio constantes son la conditio sine qua non. Nuestro trabajo consiste en investigar y describir el mundo contemporáneo, que está en un cambio continuo, profundo, dinámico y revolucionario. Día tras día, tenemos que estar pendientes de todo esto y en condiciones de prever el futuro. Por eso es necesario estudiar y aprender constantemente”.*

Ryszard Kapuscinski (1932-2007)

# **El Nuevo Periodismo que viene: la evolución de nuevas narrativas en medios digitales**

## **AUTORA**

Ana Costales Represa

## **TUTORA**

M.<sup>a</sup> Pilar Sánchez García

## **RESUMEN**

La consagración de Internet como nuevo medio de comunicación es ya una realidad latente. En su seno han surgido multitud de medios digitales que buscan crear contenidos que se ajusten a las posibilidades ofrecidas por el nuevo soporte. La presente investigación tiene como objetivo determinar si realmente están surgiendo nuevas formas de narración y estructuración de los contenidos a raíz de estas novedosas exigencias planteadas y examinar cuáles son sus particularidades y diferencias con las estructuras narrativas tradicionales. Para llevar a cabo este estudio, se dispone una parte teórica, en la que se incluyen los antecedentes del objeto analizado, y un apartado empírico formado por un único método de estudio: el análisis de contenido. Este análisis, manifestado mediante una tabla compuesta por diversas variables del Ciberperiodismo y del Nuevo Periodismo, permite conocer los elementos que conforman los 60 textos tomados como muestra y la frecuencia con la que aparecen dichos ingredientes narrativos en cada uno de ellos. Los resultados y las conclusiones obtenidas posibilitan observar la relevancia adquirida por las nuevas narrativas digitales en la elaboración de contenidos, así como la estructura de su composición.

**PALABRAS CLAVE:** nuevas narrativas, Ciberperiodismo, Nuevo Periodismo, medios digitales.

# **The New Journalism that comes: the evolution of new narratives in digital media**

## **AUTHOR**

Ana Costales Represa

## **TUTOR**

M<sup>a</sup> Pilar Sánchez García

## **ABSTRACT**

The consecration of the Internet as a new media is already a reality. In its bosom have emerged multitude of digital media that seek to create contents that fit the possibilities offered by the new formats support. The present investigation aims to determine if new forms of narration and structuring of the contents are really emerging as a result of these new demands and consider what are its specific features and differences with traditional narrative structures. To carry out this study, there is a there is a theoretical part, which includes the background of the analyzed object, and an empirical section consisting of a single method of study: content analysis. This analysis, expressed through a table composed of several variables of Cyberjournalism and New Journalism, allows us to examine the elements that make up the 60 texts as a sample and the frequency with which these narrative ingredients appear in each one of them. The results and conclusions obtained make it possible to observe the relevance acquired by the new digital narratives in the development of digital content, as well as the structure of their composition.

**KEY WORDS:** new narratives, Cyber news, New Journalism, digital media.

# ÍNDICE

1. Introducción .....	1
1.1. Justificación .....	2
1.2. Objetivos y preguntas .....	4
1.3. Hipótesis .....	5
1.4. Metodología .....	5
1.5. Estructura .....	6
CAPÍTULO II. DEL MEDIO TRADICIONAL A LAS NARRATIVAS DIGITALES: CAMBIOS EN EL ENTORNO COMUNICATIVO DIGITAL .....	8
2.1. Del Periodismo tradicional al soporte digital.....	8
2.1.1. La información en red.....	9
2.1.2. Las características del Cyberperiodismo .....	11
2.2. El hipertexto como estructura narrativa del Cyberperiodismo .....	12
2.3. La evolución de los géneros en el Periodismo digital.....	15
2.3.1. Géneros interpretativos para competir .....	16
2.4. El reportaje: tratamiento de la interpretación en los cibermedios.....	17
2.4.1. Modalidades del reportaje.....	19
2.5. El nacimiento de las nuevas narrativas en la comunicación en red .....	21
2.5.1. Origen y evolución de las nuevas narrativas.....	22
2.5.2. El Periodismo Slow.....	24
CAPÍTULO III. EL NUEVO PERIODISMO: DE LAS ARMAS DE LA LITERATURA A LA ERA MULTIMEDIA .....	27
3.1. Introducción al concepto de Nuevo Periodismo .....	27
3.1.1. La ‘novela de no-ficción’: el caso de A sangre fría .....	29
3.2. Las variantes del Nuevo Periodismo en la actualidad .....	31
3.2.1. El ‘nuevo Nuevo Periodismo’ .....	31
3.2.3. El papel del Periodismo narrativo en la actualidad.....	35
3.3. La teoría del Framing: perspectivas para construir un relato periodístico....	37
3.3.2. El Framing y su relación con la agenda-setting .....	40
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LAS NUEVAS NARRATIVAS DIGITALES EN EL PAÍS Y REVISTA 5W .....	43
4.1. Metodología .....	43
4.1.1. El análisis de contenido .....	45
4.1.2. La muestra.....	47
4.1.3. La ficha de análisis y definición de variables .....	49

4.2. Análisis de resultados.....	53
4.2.1. Los medios analizados .....	53
4.2.2. Los elementos del Ciberperiodismo.....	56
4.2.3. El análisis temático y del discurso .....	61
4.2.4. Los rasgos del Nuevo Periodismo.....	70
5. CONCLUSIONES .....	77
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
8. ANEXOS.....	85
8.1. Anexo 1: tabla de análisis de los elementos de las nuevas narrativas en El País y Revista 5W. ....	85
8.2. Anexo 2: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de El País. ....	87
8.3. Anexo 3: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de El País. ....	89
8.4. Anexo 4: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de Revista 5W. ....	91
8.5. Anexo 5: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de Revista 5W.....	93
9. ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS .....	96

## **1. Introducción**

Tras cuatro años cursando la carrera de Periodismo, he comprendido la importancia que posee el Nuevo Periodismo en la historia y en la evolución de la profesión. De esta manera, el interés que ha suscitado en mí esta disciplina, después de estudiarla en repetidas ocasiones, me ha permitido orientar mi Trabajo de Fin de Grado hacia el estudio de las nuevas narrativas periodísticas.

La búsqueda de lo novedoso y de la renovación de las formas de hacer llegar la información a los lectores son dos factores que inciden en la constante necesidad de cambio del Periodismo y de los periodistas. La profesión ha de evolucionar al compás de las innovaciones que van surgiendo en la sociedad, pero los profesionales debemos conocer a fondo dichas variaciones en la manera de crear y consumir información, de tal forma que seamos capaces de seguir el ritmo de adaptación.

Por otro lado, la posible influencia de la literatura en el tratamiento actual de la información escrita es otro de los elementos que me han llevado a querer abordar este tema más profundamente. El uso de recursos literarios en la información dota de dinamismo y vitalidad a una redacción más sobria de los acontecimientos, permitiendo la creación de un texto más elaborado, que enganche más al lector y proporcione características diferentes a las de la información ofrecida por la radio o la televisión. Mientras que estos dos últimos medios de comunicación aportan la inmediatez y las comodidades propias de la imagen y el sonido, la prensa debe buscar pautas convenientes adaptadas a sus posibilidades para tratar la información.

Para poder aplicar determinadas técnicas narrativas, parece conveniente conocer cuál es el motivo de su aparición, sus antecedentes, qué factores influyen a la hora de utilizarlas y cómo va a responder el público ante ellas. Por esta razón, desde mi punto de vista, resulta de especial interés investigar y estudiar el surgimiento de nuevos métodos narrativos, basados en la influencia del Nuevo Periodismo, en un Periodismo orientado, casi en su totalidad, hacia los elementos digitales.

## 1.1. Justificación

La evolución de los medios de comunicación, marcada por la convergencia digital surgida en los últimos años, ha dado lugar a nuevas formas de transmitir la realidad. La información ya no se encuentra limitada por las características tradicionales de la prensa, la radio o el medio audiovisual, sino que amplía sus horizontes hacia un nuevo soporte: Internet. La red permite integrar todas las posibilidades anteriormente citadas, dando lugar a un nuevos tipos de narrativas que han difuminado por completo los conceptos típicos de producción y distribución de información.

La perseverante necesidad de reinención que presenta el Periodismo suscita su clara disposición a buscar nuevas formas de difundir la información. En este contexto, las narrativas multimedia se consagran como un arte en crecimiento, presentándose con diferentes aspectos adaptados a cada género periodístico y a la demanda de diversas variedades de lectores.

Díaz Noci y Salaverría (2003) indican que la era digital está marcada por los incesantes flujos de la información, cuyos contenidos se encuentran caracterizados por la inmediatez, la brevedad y la posibilidad de actualizarse constantemente. No obstante, frente a esta tendencia a una información ligera y fluida, surge un sector de lectores que comienza a interesarse por conocer los datos de un acontecimiento con una determinada profundidad y solicita la aparición de nuevas formas de contar lo ocurrido que cumplan con dichas inclinaciones. De esta forma, se originan nuevas estructuras narrativas que coordinan su naturaleza periodística con elementos literarios y componentes multimedia inherentes al soporte digital.

El empleo de estas técnicas literarias puede considerarse un reflejo del Nuevo Periodismo de los años 60 que, en su momento, también se esforzó por dotar de contextualización y profundidad los contenidos de la época. A pesar de que este fenómeno estalla en Estados Unidos, es conveniente acentuar su influencia en el Periodismo europeo y en las narrativas contemporáneas, puesto que de él se han heredado multitud de tendencias de redacción indispensables en el tratamiento actual de la información.



La narración posee un papel muy significativo en la prensa desde hace un tiempo, como señala Gutiérrez (2007), por esta razón, resulta relevante analizar cómo las técnicas narrativas literarias procedentes de autores como Tom Wolfe, Truman Capote o Gay Talese, entre otros, se fusionan con las posibilidades ofrecidas por las características del nuevo medio (multimedialidad, interactividad e hipertextualidad), dando lugar a estructuras narrativas muy completas que permiten una íntegra profundización en las historias noticiosas acontecidas.

Tras una breve explicación sobre las bases teóricas en las que se asienta el presente Trabajo Fin de Grado, cabe señalar que el interés por analizar las nuevas técnicas narrativas reside en comprobar si realmente se aplican los elementos literarios propios del Nuevo Periodismo y cómo convergen estos con las posibilidades del medio digital, ofreciendo como resultado estructuras multimedia muy novedosas y particulares.

Así, los medios elegidos para realizar el análisis han sido la versión digital del diario tradicional *El País* y la web de la *Revista 5W*, un medio escrito gestado en las entrañas del soporte digital. A pesar de que en capítulos posteriores se profundizará acerca de estos medios en un sentido mucho más amplio, es conveniente hablar de manera superficial en este epígrafe de las razones por las que han sido escogidos *El País* y *Revista 5W* y no otros diarios.

*El País* nació en el seno de la Transición y con el paso de los años se ha convertido en el diario generalista más relevante de España. Además, es el periódico impreso con mayor difusión y, tal y como defiende en su Libro de Estilo, apuesta por los valores de la globalidad, la independencia y la calidad. Por otro lado, la publicación *Revista 5W* surgió desde un primer momento de forma *online* y posee un menor tiempo de vida que el diario citado anteriormente. Sin embargo, a pesar del escaso tiempo que lleva funcionando, el trabajo realizado por los periodistas *freelance* que conforman *5W*, le ha convertido en un medio susceptible de ser analizado en la presente investigación. Como ya se ha dicho, en el capítulo empírico se matizan con mayor precisión las características de ambos medios.

El interés por analizar estos dos medios radica en el deseo de observar las similitudes y diferencias con respecto a la aplicación de las nuevas narrativas, y sus particularidades, que realizan los medios tradicionales que se han hecho un hueco en

la red, adaptándose a las nuevas posibilidades, y aquellos medios que se han forjado en el seno del nuevo soporte conociendo de primera mano las oportunidades ofrecidas por el mismo. Este Trabajo Fin de Grado se centra en investigar cómo confluyen todas las posibilidades existentes en la actualidad dentro del periodismo y qué formato narrativo se crea a partir de ellas.

## 1.2. Objetivos y preguntas

El objetivo principal que persigue el presente Trabajo Fin de Grado es comprobar si el Nuevo Periodismo está resurgiendo dentro de las narrativas multimedia, uniendo el mundo digital con la narración literaria, así como profundizar en la importancia que presentan los elementos multimedia y las características de este movimiento en la consolidación de los formatos narrativos actuales. Además, la investigación plantea dos objetivos secundarios:

- Determinar si realmente están surgiendo nuevas estructuras narrativas y conocer cuál es su formato.
- Comparar las técnicas narrativas empleadas en la edición digital de un medio tradicional con las de un medio nativo digital.

En relación a los anteriores objetivos planteados surgen una serie de preguntas a las que se les espera dar respuesta en la presente investigación:

- **Pregunta 1:** ¿Está presente el Nuevo Periodismo en las narrativas digitales actuales? ¿De qué manera?
- **Pregunta 2:** ¿Son estas un reflejo actualizado de dicho movimiento? ¿Cuál es la diferencia con las narrativas tradicionales del Nuevo Periodismo?
- **Pregunta 3:** ¿Son los elementos multimedia y los rasgos literarios propios del Nuevo Periodismo esenciales en la construcción de las nuevas narrativas digitales?
- **Pregunta 4:** ¿En qué medida aparecen ambos componentes en los contenidos de los diarios analizados?

### 1.3. Hipótesis

En base a los objetivos de la investigación y las preguntas establecidas anteriormente, se formulan tres hipótesis principales.

**Hipótesis 1:** el Nuevo Periodismo está presente en las nuevas narrativas digitales a través de la profundización y los rasgos literarios aplicados en la redacción de los hechos.

**Hipótesis 2:** los recursos literarios, propios del Nuevo Periodismo, así como los elementos multimedia son dos componentes esenciales en la construcción de los reportajes digitales actuales.

**Subhipótesis 2:** los rasgos del Nuevo Periodismo son más comunes en los reportajes de 5W que en los de El País, mientras que la variedad de elementos multimedia es más significativa en este último diario.

**Hipótesis 3:** la principal sección de El País en la que más presente están los rasgos del Nuevo Periodismo es Cultura, por tanto, la temática que más se añade al género del reportaje es la cultural.

### 1.4. Metodología

El trabajo de campo de esta investigación se ha llevado a cabo a través del empleo de una metodología basada en el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo. Esta técnica se trata de uno de los métodos más empleados en las investigaciones de las Ciencias Sociales y no pretende tanto examinar el estilo empleado en el texto, sino que su trabajo se centra en observar las ideas expresadas, los temas o las características de las frases empleadas (López Noguero, 2002).

De esta manera, el análisis de contenido, cuya explicación se desarrolla de forma más detallada en el capítulo IV, se define como un método sistemático que examina los

símbolos de la comunicación, la describe, establece inferencias sobre su significado desde el contexto de su producción y su consumo.

“El análisis de contenido es el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior” (Piñuel, 2002: 2).

Este método de estudio, adaptado a la presente investigación, pretende medir de forma sistemática y organizada los rasgos del Nuevo Periodismo y los elementos multimedia presentes en las nuevas narrativas digitales, representados en una serie de variables organizadas en una tabla de análisis.

La tabla de análisis es aplicada a cada uno de los textos que conforman la muestra y recoge de forma ordenada los datos cualitativos y cuantitativos hallados sobre el objeto de análisis en los mismos. Así, se obtienen una serie de resultados analizados posteriormente, a partir de los cuales se extraen conclusiones específicas acerca de las preguntas e hipótesis planteadas al comienzo del estudio.

## **1.5. Estructura**

La estructura planteada en este Trabajo Fin de Grado consta de dos partes claramente diferenciadas y centradas en contextualizar y tratar de cumplir los objetivos que se persiguen, así como en confirmar o refutar las hipótesis planteadas.

La primera parte de este trabajo de investigación es esencialmente teórica y consta de dos capítulos que albergan el contexto del objeto de estudio. El primero de ellos, titulado ‘Del medio tradicional a las narrativas digitales: cambios en el entorno

comunicativo digital’, consiste en un acercamiento científico a la evolución del entorno comunicativo en la prensa: cuál es el estado actual de la cuestión, qué estudios se han realizado sobre tales innovaciones, qué elementos influyen en ese cambio y cuáles son las características de este nuevo ámbito digital.

El siguiente capítulo teórico, ‘El Nuevo Periodismo: de las armas de la literatura a la era multimedia’, se centra en los antecedentes históricos de las nuevas narrativas digitales y las teorías de la comunicación que definen la materia. El principal precursor de estas nuevas formas de narrar en medios digitales es el Nuevo Periodismo, por esta razón, este Trabajo Fin de Grado pretende exponer las características de dicha corriente periodística histórica, así como los principales autores a destacar. Además, también se busca establecer los elementos del Nuevo Periodismo que están presentes en las nuevas narrativas digitales.

La segunda parte del presente trabajo se compone de un capítulo empírico, denominado ‘Análisis de las nuevas narrativas digitales en El País y Revista 5W’, se establece un análisis, con el objeto de alcanzar los objetivos y demostrar o refutar las hipótesis que han sido planteadas. Es decir, consiste en llevar a cabo el trabajo de campo, mediante la elaboración de una tabla de análisis de contenido que permite señalar y comparar los diversos elementos significativos que se pueden encontrar en las narrativas de los medios digitales analizados.

Por último, este Trabajo de Fin de Grado finaliza con la inclusión de unas conclusiones que ofrecen un punto de vista generalizado del estudio y análisis de las nuevas narrativas digitales, además de las posibles investigaciones de futuro.

## **CAPÍTULO II. DEL MEDIO TRADICIONAL A LAS NARRATIVAS DIGITALES: CAMBIOS EN EL ENTORNO COMUNICATIVO DIGITAL**

A lo largo de la historia, el Periodismo se ha configurado como un elemento fundamental dentro de las sociedades. Desde la aparición de los primeros escritos, la comunicación ha sufrido una serie de cambios marcados por los constantes avances en la materia. La profesión ha evolucionado de acuerdo con las diferentes posibilidades ofrecidas en cada etapa hasta alcanzar la actual era digital.

En el nuevo ciberespacio que se ha configurado, el modo en que el Periodismo es producido y consumido se presenta muy diferentes al hasta entonces conocido. Diversos elementos, tales como la multimedialidad, la interactividad y las estructuras hipertextuales, conforman una nueva manera de hacer periodismo, creando narrativas adaptadas al soporte digital y dotando de protagonismo a los lectores.

### **2.1. Del Periodismo tradicional al soporte digital**

La comunicación ha ido variando su forma de ser transmitida: desde la difusión oral hasta la aparición de los primeros textos escritos, pasando por un sistema de comunicación basado en símbolos, utilizado por los comerciantes en el mundo clásico.

“El texto escrito ha sido la primera forma de comunicación humana en fijarse en soportes más o menos duraderos” (Díaz Noci & Salaverría, 2003: 19) y dentro del ámbito periodístico este ha sufrido sus propias transformaciones. La manera de divulgar la información no siempre fue la misma: la primera infraestructura comunicacional data de la Antigua Roma y recibía el nombre de *acta diurna*; más tarde, en la Edad Media, surgieron otros sistemas tales como los *Fogli a mano* o los *Price Currents*. Sin embargo, no fue hasta el siglo XVII, época en la que aparecieron las primeras gacetas, cuando el Periodismo se vio inmerso en una etapa de madurez y crecimiento que perdura hasta la actualidad.

El máximo esplendor de este desarrollo se manifiesta a mediados del siglo XX con la aparición de las nuevas tecnologías, un hecho que suscita el interés de algunos periódicos por lanzar una edición digital de su versión en papel. La prensa es el primer sector dentro los medios de comunicación que reparó en las ventajas que ofrece la World Wide Web: el abaratamiento de los costes del soporte, cuyo precio no era tan alto como el del papel; la posibilidad de aprovechar la versión digital de los contenidos elaborados para la edición impresa; una distribución más sencilla, barata y rápida; y una mayor calidad (López, 2015).

Los primeros periódicos digitales son meras reproducciones de sus versiones impresas y sus contenidos no muestran ninguna adaptación específica para Internet, sino que se tratan de los mismos escritos que han sido elaborados para el diario en papel. “Las técnicas profesionales que se relacionan con la esencia del trabajo periodístico, aquellas que afectan al contenido informativo y a la manera en la que este se comunica, apenas han seguido pasos adelante” (Salaverría, 1999: 12). Siguiendo a este autor, es conveniente señalar las razones que explican por qué las editoriales no buscan riesgos con este nuevo medio: por un lado, las incógnitas económicas que trajo consigo la aparición de la prensa digital son numerosas; por otro, la falta de estudios universitarios en profundidad sobre este fenómeno. De esta manera, la prensa digital continua sumergida en una fase experimental en la que aún no se han establecido unas pautas específicas para elaborar contenidos digitales en toda su esencia.

A pesar de que pronto comienzan a buscarse estructuras alternativas a las de los textos lineales tradicionales, las innovaciones llevadas a cabo tienen más que ver con la tecnología que con los elementos propios del Periodismo (Salaverría, 1999). Un discurso característico de la prensa digital va brotando poco a poco, pero no se convierte en una realidad tangible hasta bien entrada la era digital.

### **2.1.1. La información en red**

El Ciberperiodismo es definido como un nuevo tipo de Periodismo, una nueva manera de informar, cuya base de desarrollo se encuentra en Internet y mezcla distintos elementos textuales y audiovisuales (Álvarez, 2008). En un primer momento, los contenidos digitales se organizan de la misma forma que los contenidos analógicos. Sin embargo, con el paso del tiempo, Internet da lugar a múltiples posibilidades que

han acabado por configurar un modelo específico de comunicación digital: la comunicación en red (López, 2015). Se produce entonces la primera ruptura entre los contenidos del Periodismo impreso y los del Ciberperiodismo: los primeros siguen vinculándose con un determinado tipo de soporte físico (publicaciones escritas con el papel; el sonido de las cintas *casette* con el transmisor de radio; y los contenidos audiovisuales con la televisión), mientras que los contenidos digitales no necesitan un soporte específico para ser transmitidos.

La comunicación en red presenta tres características esenciales que acentúan sus diferencias con el Periodismo tradicional: la superación de los límites espaciales y temporales característicos de los medios impresos; la organización de sus contenidos en base a una estructura hipertextual; y el elevado grado de importancia y desarrollo de la interactividad con los lectores (López, 2015). Estas peculiaridades, junto con el desarrollo de diversos avances técnicos, permiten concebir documentos digitales más dinámicos y creativos en el marco de la información digital.

Jiménez Guerrero y Huerta señalan cuatro etapas dentro del proceso de gestación de la comunicación en red, o Periodismo digital, cada una de las cuales se ha manifestado acorde con las actualizaciones tecnológicas más recientes del momento (en Díaz Noci & Salaverría, 2003: 269):

1. Los contenidos de los primeros diarios digitales consistían en una mera reproducción o volcado de las ediciones elaboradas para la prensa en papel, tenían un carácter lineal y carecían de imágenes.
2. La introducción del hipertexto en una segunda fase dota de profundidad a los contenidos. Además, se van incorporando imágenes o ficheros de sonido como primeros elementos audiovisuales.
3. Más adelante, se incluyen más contenidos multimedia, se da un giro a los contenidos, ofreciendo información sobre ocio y entretenimiento, y se comienza a emplear el término ‘servicios de comercio electrónico’.
4. En los últimos años, los periódicos digitales han comenzado a elaborar contenidos únicamente orientados a su distribución en la red con elementos más interactivos, son contenidos exclusivamente *online*.



El crecimiento gradual de la red y sus aptitudes como nuevo medio conforman un reto para la comunicación lineal propia del Periodismo tradicional, debido al aumento de los puntos de producción y consumo. Así, Díaz Noci y Salaverría (2003) apuntan que la gestación de contenidos específicos para la información en red trae consigo una serie de cambios dentro de las rutinas profesionales, pero también en las funciones de los receptores, que demandan la existencia de unas diferencias más pronunciadas entre la prensa en papel y este nuevo tipo de Periodismo.

Por otro lado, la mayor parte de los diarios han abandonado, casi en su totalidad, la práctica de volcar los contenidos elaborados para la versión impresa en su espacio digital, y han comenzado a redactar para esta información en base a las posibilidades y avances que proporciona el nuevo soporte. A su vez, se han originado proyectos digitales engendrados directamente en la red, son los llamados periódicos nativos digitales. Viejos y nuevos cibermedios conviven en este novedoso territorio, en el que adquieren especial relevancia los elementos por los que se rige este reciente periodismo en red.

### **2.1.2. Las características del Ciberperiodismo**

El Ciberperiodismo posee tres rasgos específicos que definen su naturaleza digital: la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad (Fariás & Prieto, 2009). Estas tres características permiten la construcción de un mensaje periodístico propio del nuevo medio.

La hipertextualidad, junto con la multimedialidad y la interactividad, conforma uno de los rasgos característicos del mensaje digital y le otorga a este un factor esencial del Ciberperiodismo: la actualización permanente de la información. Este elemento ha sido clave a la hora de entender las modificaciones sufridas dentro del Periodismo debido a la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. El hipertexto, del que se habla en profundidad más adelante, permite al usuario elegir la información a la que quiere acceder, debido al despliegue de hiperenlaces incluidos a lo largo del texto, que conducen a diversos contenidos complementarios. En los textos periodísticos digitales se distinguen tres tipos de hipertextualidad (Fariás & Prieto, 2009: 27): natural, dinámica y planificada.

A diferencia de la prensa tradicional impresa, el Periodismo digital mezcla tres códigos para elaborar sus contenidos: el texto, la imagen y el sonido. La función de unificar dentro de la información ciberperiodística el resto de medios (prensa, radio y televisión) corresponde a la característica de la multimedialidad (Álvarez, 2008). Cada uno de ellos aporta sus diferentes usos, que se combinan en este nuevo medio: textos escritos, infografía, sonidos grabados y en directo, efectos sonoros e imágenes en movimiento. La convergencia de las características de dichos medios es relativamente actual, puesto que en un primer momento, y durante un largo periodo de tiempo, Internet seguía siendo únicamente textual (Díaz Noci & Salaverría, 2003).

La última característica del Ciberperiodismo es la interactividad, cuyo interés viene dado por la rápida fluidez de la comunicación en Internet. La interactividad se define como la posibilidad que se le ofrece al usuario de interactuar con los propios medios a través de los comentarios o las interacciones en redes sociales y entre ellos gracias a la existencia de chats (Fariás & Prieto, 2009). Así, esta retroalimentación entre usuarios y medios permite que el receptor no se convierta en un “testigo pasivo de la información” (Zalberg, 2001: 170).

## **2.2. El hipertexto como estructura narrativa del Ciberperiodismo**

Tras una profunda evolución tecnológica que ha tenido lugar durante varias décadas, los cimientos de la era digital se consolidan permitiendo el íntegro asentamiento de la misma. En ella, medios, informadores y receptores confluyen alrededor de las posibilidades informativas que nos facilita este nuevo prototipo de soporte. Una vez alcanzada dicha era, se distinguen tres etapas dentro de la misma (Fiormonte, en Díaz Noci & Salaverría, 2003: 19-20). Estas cambian la escritura tradicional en cuanto a la organización del trabajo, los aspectos materiales de la redacción y la distribución de la materia:

1. En primer lugar, se distingue una etapa en la que el ordenador se usa meramente como instrumento de escritura.

2. La segunda etapa es aquella en la que la escritura ya se encuentra influida completamente por los ordenadores. En ella, se comienza a valorar el concepto y el uso de la hipertextualidad.
3. En la última fase, la obra textual se transforma en obra multimedia gracias a las tecnologías digitales.

La hipertextualidad y lo multimedia se posicionan como los elementos principales de este nuevo periodo, adquiriendo una dimensión de protagonismo y relevancia y transformando el modo de producir, organizar y consumir los textos periodísticos (Moulthrop, en López, 2015).

El hipertexto es definido como un conjunto estructurado de textos, gráficos, etc. unidos entre sí por enlaces y conexiones lógicas<sup>1</sup>, pero no existe una sola definición universalizada del término. Diversos autores, tales como Berners-Lee (2000) o Robert Huesca (en Díaz Noci & Salaverría, 2003), plantean diferentes descripciones de este concepto, esclareciendo en todas ellas que se trata de una estructura narrativa cuya información se vincula entre sí, aproximándose a las características de los medios digitales y dejando a un lado formas redaccionales tradicionales, como la pirámide invertida.

El concepto de hipertexto no es del todo novedoso, puesto que es formulado en los años 40 por el ingeniero y científico estadounidense Vannevar Bush. Sin embargo, lo que dota de actualidad a este término es su reciente adaptación al ámbito periodístico, en tanto que es entendido como una nueva manera de organizar los contenidos informativos en Internet. Frente a la disposición secuencial con un solo plano propia de la narración periodística tradicional, se encuentra la estructura hipertextual formada por un primer plano, dentro del que se pueden encontrar diferentes planos secundarios (Díaz Noci & Salaverría, 2003). La organización del hipertexto de acuerdo con la asociación de ideas introduce al lector en una tercera dimensión en la que se le facilita la lectura a través de un documento no lineal, permitiéndole profundizar en la información mostrada accediendo, gracias a los hipervínculos, a contenidos complementarios presentados en otros soportes u otros medios de comunicación.

---

<sup>1</sup>Definición extraída del DRAE (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.).

Este conjunto de cambios en la manera de organizar la redacción periodística podría haber planteado un cambio de paradigma dentro de esta, pero no ha ocurrido así. Textos tradicionales e hipertextos conviven aún juntos, pese a las disparidades que presentan en sus respectivas utilidades y características. El método de volcar los contenidos de la edición impresa a la versión digital era aceptable en los inicios de la expansión de la red; sin embargo, hoy en día, debido a la convergencia entre dos tipos de prensa, plantea diversos problemas. Salaverría (1999) señala que el primero de dichos problemas recae en trasladar los artículos elaborados para los diarios en papel directamente a la web, puesto que su extensión abarca varias pantallas, ocasionando una lectura desorientada, de tal forma que el receptor se quede sin conocer detalles relevantes de la información.

Otro de los inconvenientes surgidos a raíz de esta práctica se refiere a la datación de los textos. Es decir, los lectores de prensa escrita tradicional, son ya conscientes de que los hechos que se narran corresponden a acontecimientos que tuvieron lugar el día anterior; por esta razón, la fecha no acompaña a todos y cada uno de los artículos, únicamente se incluye en la portada del periódico. En cambio, en un medio como Internet este hecho supone un problema ya que, en primer lugar, los contenidos digitales pueden ser consultados desde cualquier punto del mundo y en cualquier franja horaria; y, por otra parte, posteriormente se almacenan en las hemerotecas digitales con el fin de poder ser consultados tiempo después. Asimismo, frente a la periodicidad característica de los textos tradicionales, se encuentra la capacidad del soporte digital de realizar actualizaciones constantes de los contenidos. Este conjunto de razones suscitan que cada artículo digital se feche con total exactitud.

Por último, reciclar los contenidos de un soporte del diario a otro impide que el hipertexto se adapte a las exigencias de diferentes tipos de lectores (Díaz Noci & Salaverría, 2003): mientras que algunos buscan seguir alejados de la interactividad y demandan recibir un mensaje cerrado, otros reclaman un nuevo tipo de Periodismo adaptado a las posibilidades del soporte digital.

El contraste entre las posibilidades del Periodismo impreso frente a las del nuevo medio se dilata a medida que este último sigue un ritmo de evolución más constante. “El diferente carácter de ambos textos explica la idea de que el texto digital debe ser producido originariamente para el medio electrónico y no debe, en ningún caso,

constituir un mero trasvase del medio impreso al ciberespacio” (Díaz Noci y Salaverría, 2003: 22).

### **2.3. La evolución de los géneros en el Periodismo digital**

Los diferentes elementos del Periodismo digital siguen consolidándose debido a la constancia de los avances en este campo; sin embargo, en su etapa de máximo desarrollo, las narrativas y las estructuras redaccionales características del Periodismo se han visto afectadas y obligadas igualmente a evolucionar para adaptarse a las exigencias del nuevo medio. Este conjunto de cambios trae consigo la consecuente evolución de los géneros periodísticos que se adaptan al ciberespacio propio del panorama informativo.

En el nuevo escenario digital, configurado a través del uso de nuevas herramientas cada vez, se esboza la idea de que el mensaje difundido debe tener unas características propias que lo alejen de los conocidos textos en papel. Internet, el nuevo medio, posee un canal de difusión de contenidos diferente a lo antes conocido, un hecho que exige que la producción informativa se adapte a las características del mismo. El uso de un lenguaje adaptado a este discurso da lugar al surgimiento de una nueva forma de contar, de narrar los hechos y, por tanto, de construir el mensaje periodístico.

El cambio en los medios conlleva adaptar los contenidos tradicionales a las características de los mismos, pero además implica el desarrollo inminente de nuevas estructuras y planteamientos para dichos contenidos. Así, el autor Josep María Casasús (en Díaz Noci & Salaverría, 2003) distingue seis elementos que definen esta nueva manera de llevar a cabo la actividad informativa: la continuidad, integralidad, transtemporalidad, interactividad, versatilidad y multiplicidad.

La irrupción de la red en el ámbito de la comunicación obliga a realizar otro tipo de Periodismo, es en este momento cuando la revolución digital se manifiesta de una manera más nítida (Domínguez & Doval, 2013). El nuevo modelo informativo emergente, tan necesario como enriquecedor, advierte la inevitable evolución de los

géneros periodísticos hasta el momento conocidos, que se adaptan al nuevo entorno que los rodea y se ajustan a las funciones de la actividad multimedia.

En este nuevo paradigma se deben tener muy presentes las características que definen el medio digital, porque los géneros periodísticos que se están forjando van intrínsecamente unidos a ellas (Díaz Noci, 2004). Hay quienes mantienen su postura de considerar que la pirámide invertida, el uso de las cinco W's o la división entre hechos y opiniones siguen siendo los únicos elementos que rigen el sistema redaccional del Periodismo; sin embargo, las funciones que añade el nuevo medio presentan particularidades que no pueden ser apreciadas en los medios de comunicación tradicionales y traen consigo una constante evolución de los géneros en el contexto comunicativo digital.

Las nuevas exigencias planteadas por el notable crecimiento de la información digital, convierten en inapropiada la perduración de los formatos de redacción cerrados y secuenciales porque, a pesar de que los géneros mantienen su esencia tradicional, es cierto que se encuentran en un desarrollo permanente que se aleja cada vez más de la tradicional unilinealidad.

### **2.3.1. Géneros interpretativos para competir**

Ante el incesante crecimiento y abundancia de información en la mayoría de los soportes, algunos medios digitales se plantean otorgar un enfoque diferente a sus contenidos. Los lectores de los cibermedios son más exigentes y demandan un producto diferente, novedoso, que se aleje de los estándares ofrecidos por otros soportes. De esta manera, surge la idea de ceder el valor de los contenidos digitales a la interpretación.

Cantavella (en Domínguez & Doval, 2013) resume de esta forma la importancia que la interpretación va adquiriendo en los diarios digitales:

“La interpretación irá tomando mayor vuelo en los periódicos a expensas de la información pura y simple. Eso llevará a que los géneros informativos no se dirijan tanto a contar los hechos como a explicarlos. Habrá mayor número

de reportajes interpretativos, así como análisis y columnas de este tipo” (191).

El ciberespacio es definido como un marco donde reina la competencia periodística (Díaz Noci & Salaverría, 2003), un lugar en el que los medios buscan diferenciar su producto y recurren al uso de géneros interpretativos, con el fin de profundizar en la información y ofrecer una visión distinta de la misma. Por otro lado, el vínculo establecido entre las características de los géneros interpretativos y las del Ciberperiodismo favorece la adecuación de estos al nuevo soporte digital en el que operan. Sin embargo, algunos autores consideran que el hecho de que los lectores de los medios digitales demanden otro tipo de producto, no tiene que ver tanto con el valor de la interpretación y la contextualización, que quedan relegadas a un segundo plano, sino con el enfoque de inmediatez que se le concede a la información.

Sea como fuere, el presente estudio busca ofrecer una visión general sobre la evolución de los géneros interpretativos en cuanto a estructuras redaccionales propias de la red, tomando como referencia uno de los géneros interpretativos más relevantes: el reportaje.

## **2.4. El reportaje: tratamiento de la interpretación en los cibermedios**

El reportaje se trata de un relato extenso en el que se narran unos hechos ya conocidos por el público (López, 2015). Su interés reside en ofrecer una visión más completa de tales hechos, profundizar en ellos a través del uso de la documentación, contextualizando lo ocurrido y aportando nuevos enfoques y declaraciones, así como una visión personal.

A diferencia de la noticia, el reportaje no busca la inmediatez, sino que se centra en investigar más a fondo los detalles de la información, con el fin de mejorarla y ofrecer una visión más completa. La elaboración del reportaje exige una implicación más intensa por parte del periodista, que lo desarrolla aportando un enfoque específico y un estilo propio.

En determinadas ocasiones, se considera este género como una ampliación de una noticia; no obstante, existen ciertas diferencias, de gran trascendencia, entre ambos (Martínez Albertos; Gomis & Uilibarri, en Díaz Noci & Salaverría, 2003):

- El reportaje otorga al autor una mayor libertad en el uso del lenguaje, que suele adquirir una dimensión más coloquial y cercana al lector.
- En cuanto a la estructura que utiliza, cabe señalar que también es más libre. No se guía por estructuras rígidas concretas propias de la noticia, sino que emplea tipologías muy diversas que pueden modificarse a gusto del autor. Además, presenta algunos rasgos propios de la literatura.
- Su concepto de actualidad es más amplio que el de la noticia. Habla y profundiza sobre un hecho noticioso actual, pero no tiene por qué ser de última hora.
- El reportaje trata de profundizar en los detalles de un hecho ya conocido que quizá se hayan pasado por alto en la noticia. En este aspecto, la figura del periodista es sumamente relevante, pues es quien tiene que realizar las labores de documentación y consecución de fuentes relacionadas con la información.

Frente a estas características particulares del reportaje que le diferencian de la noticia, destaca como fundamental “la minuciosidad con que pueden tratarse los hechos, el proceso de investigación periodística que permite ofrecer al público todo tipo de datos relacionados con un asunto concreto” (Díaz Noci & Salaverría, 2003: 452). Asimismo, cabe destacar las posibilidades que presenta el reportaje, frente al resto de géneros periodísticos, de ser potenciado en el ciberespacio, especialmente por el modo en que se adaptan sus características a la comunicación en red. Estas permiten emplear diferentes elementos propios de Internet para mejorar significativamente los contenidos; por esta razón, la presencia de trabajos periodísticos que siguen una estructura reportajeada es mucho mayor en dicho soporte que en el periodismo impreso.

Las posibilidades de estructuración que ofrece el reportaje, junto con su innata fragmentación en secciones, convierten este género en el más idóneo para adaptarse a diferentes patrones de hipertextualidad, cuyo objetivo es sustituir la extensión por la profundidad (López, 2015). El reportaje se adecua a las propiedades de la narración



multimedia y se convierte así en una forma ideal de presentar la información principal enlazándola con datos e informaciones complementarias. Además, su disposición en capas también le permite adaptarse a un gran número de soportes utilizados, tanto por los usuarios como por los cibermedios, para difundir una información.

Por otro lado, este género presenta un fuerte carácter multimedia, permitiendo combinar en un mismo producto texto, imágenes, sonido y diferentes aplicaciones, incrementando su potencial comunicativo (López, 2003). En otros géneros, adaptar las condiciones de la multimedialidad resulta muy poco práctico por su inmediatez o su intencionalidad; en cambio, el reportaje se presenta como el prototipo más adecuado para desarrollar esta dimensión multimedia. De esta manera, es muy habitual encontrar en los reportajes diferentes elementos audiovisuales que completan el documento principal, normalmente escrito: galerías de imágenes, archivos de audio, vídeos o material infográfico.

El contenido de los reportajes suelen ser grandes temas de actualidad cuya repercusión ha perdurado tiempo después, manteniendo la atención del público y aumentando el número de visitas en los cibermedios semanas después de haber sido publicados, a diferencia de las noticias. López (2015) señala que esta ruptura de las limitaciones espacio-temporales tan característica del reportaje, le transforma en un género preparado para afrontar la descontextualización temporal de sus contenidos y la circulación incesante de informaciones complementarias, que ocasiona la decadencia de la mayor parte de asuntos de actualidad al poco de salir a la luz.

#### **2.4.1. Modalidades del reportaje**

El reportaje se organiza en diferentes tipologías, teniendo en cuenta su nivel de actualidad. Desde la actualidad más inmediata a la más extensa se distinguen tres modelos: reportaje de actualidad, especial temático y dossier documental.

El primero de ellos, el reportaje de actualidad, narra un acontecimiento inmediato del que se busca realizar un primer análisis a fondo. Este modelo de reportaje es característico de los medios impresos, algo que no impide que se muestre de forma habitual en los cibermedios, donde se complementa con materiales audiovisuales o infográficos. El concepto de actualidad del especial temático es mucho más amplio.

Se trata de un modelo de reportaje menos sujeto a los medios impresos tradicionales, que se encuentran muy condicionados por la periodicidad; profundiza en el tema y puede ser modificado, ampliado y actualizado posteriormente. Por último, el dossier documental es definido como un modelo ajeno a la actualidad (López, 2003), que pertenece a diferentes ámbitos especializados y posee una estructura cerrada, no es ampliado a posteriori debido a su carácter didáctico.

A pesar de existir diferentes tipos de reportajes con sus características propias, todos tienen en común que sus posibilidades se complementan a la perfección con las particularidades del nuevo medio. Esta ruptura de la secuencialidad, inherente a los medios impresos, se queda rezagada frente a la infinidad de formas de lectura que permite el hipertexto. El lector puede moverse libremente por los distintos hipervínculos distribuidos a lo largo del texto eligiendo su propia ruta de lectura o bien, puede optar por realizar una lectura sencilla y lineal (Canga *et al.*, en Díaz Noci & Salaverría, 2003). La posibilidad de recurrir a diversos tipos de lectura tiene mucho que ver con la variedad temática y con la percepción menos inmediata de la actualidad, ambos rasgos propios del reportaje.

El reportaje, en todas sus variedades, se aleja de todo modelo de actualidad, al contrario que el resto de géneros periodísticos. Este hecho le sitúa más cerca de esa ruptura de la periodicidad y de la labor de desarrollar, complementar y contextualizar con nuevos datos una información. En Internet, su auge también se encuentra justificado, puesto que se trata de un género que “se ajusta con mayor sencillez al ideal ciberperiodístico de la actualización constante” (Díaz Noci & Salaverría, 2003: 456). Las distintas modalidades de reportajes son consultadas y modificadas a tiempo real en el ciberespacio.

La interactividad es otro de los elementos en los que el reportaje destaca como género que mejor se adapta a las utilidades que Internet proporciona. En los reportajes, existen dos formas de interactuar: la primera de ellas tiene que ver con la existencia de chats o apartados de comentarios debajo de los textos y recibe el nombre de voz de los lectores (López, 2003); el siguiente estilo de interactividad viene determinado por la estructura jerarquizada del reportaje, que permite al lector acceder a una serie de informaciones complementarias incluidas en el texto a través de hipervínculos. No obstante, las posibilidades que ofrece la estructura del reportaje no terminan ahí. La

legibilidad de los textos digitales viene dada por la primacía de la profundidad en lugar de la extensión en los mismos, una profundidad manifestada en los diferentes apartados de un texto que se relacionan entre sí mediante hipervínculos y a los que el lector decide o no acceder, según sus preferencias.

Este conjunto de características analizadas, se encuentran de la misma forma en otros géneros periodísticos, pero el perfecto entendimiento entre los elementos del reportaje y las posibilidades del nuevo medio permite que el desarrollo de la potencialidad comunicativa sea mucho mayor en dicho género. Sin embargo, López (2015) señala que en muchas ocasiones las posibilidades potenciales del reportaje no se convierten en una realidad y destaca varias razones que sustentan este hecho: algunos medios prefieren buscar asilo en aquello que ya han experimentado con anterioridad; otros simplemente evitan publicar reportajes o los reducen al extremo; existen también razones económicas, dado que el reportaje requiere el uso de determinados recursos por los que muchos medios no están dispuestos a pagar o no pueden permitirse.

El presente capítulo de este Trabajo Fin de Grado puede resumirse en que los géneros digitales se originan en base a los géneros periodísticos tradicionales, pero sus condiciones de evolución les permiten adaptarse a la perfección a un entorno propenso a la innovación, la hibridación y al desarrollo de formas discursivas que vienen determinadas por las peculiaridades del periodismo digital y las novedades que configuran la comunicación en red.

## **2.5. El nacimiento de las nuevas narrativas en la comunicación en red**

La evolución de los géneros periodísticos da lugar a diversos cambios en la forma de contar lo que ocurre, así como en la construcción de los mensajes. Por otro lado, teniendo en cuenta las grandes cantidades de información y contenidos que reciben actualmente los usuarios, los medios de comunicación se reúnen con asiduidad con el fin de establecer nuevos métodos para construir relatos que no resulten monótonos a los lectores y que aporten frescor a la lectura.

La búsqueda de la eficacia comunicativa, planteada por la evolución de los géneros y la necesidad de reorganizar la información, da lugar al surgimiento de nuevas

narrativas, que se valen de la hipertextualidad y la multimedialidad ofrecidas por Internet para la elaboración de discursos propios del soporte digital. Estas nuevas narrativas se componen de una mezcla de géneros, de formatos multimedia y de nuevas herramientas de visualización que permiten la construcción de un relato definido como ‘multiactivo’ y orientado a que el lector pueda interactuar, elegir su propio itinerario de lectura y seleccionar la plataforma multimedia más adecuada donde recibir los contenidos.

‘Narrativa multimedia integrada’ es el término que da nombre a esta nueva forma de contar unos hechos y está compuesta por elementos tales como la convergencia, la participación de la audiencia y la transmedialidad. La relevancia de la inclusión de dichos aspectos en las narrativas radica en la postura del lector, que no se limita a leer el artículo, sino que se sumerge en la historia que se está narrando y se mete de lleno en la piel de los personajes. Los vídeos, los gráficos, las animaciones o los mapas integrados en los textos son algunos de los componentes utilizados para introducir al usuario en el relato y ofrecerle una nueva experiencia de lectura.

### **2.5.1. Origen y evolución de las nuevas narrativas**

La narrativa multimedia fue el término protagonista en la década de los 90, etapa en la que los textos digitales comienzan a ajustar sus usos. Es descrita como aquello que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información<sup>2</sup> y se caracteriza por el uso integrado de diversos códigos comunicativos, la tendencia al medio audiovisual, la potenciación de la experiencia para el lector y la utilización de estructuras narrativas no lineales.

Los primeros estudios sobre narrativa digital comienzan en 2003 y son llevados a cabo por Henry Jenkins que, en ese mismo año, afirma haber entrado en “una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” (en Scolari, 2013: 247). En un primer momento, sus investigaciones se basaban en la narrativa de ficción, pero otros autores pronto comenzaron a estudiar las aplicaciones y los significados que adquirirían las ideas

---

<sup>2</sup>Definición extraída del DRAE (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.).

aportadas por Jenkins dentro del Periodismo. De esta manera, surgen los primeros contenidos gestados dentro de una perspectiva multimedia.

La multimedialidad es considerada la base de las fórmulas narrativas surgidas posteriormente, la condición previa a las narrativas transmedia. Este nuevo concepto se define como una forma de comunicación que recurre a la multimedialidad y a los formatos hipertextuales de diferentes soportes para transmitir un contenido (Irala, 2014). Su principal característica es, además, el rasgo fundamental que las completa con respecto a las narrativas multimedia: la participación del usuario. Mientras que en los medios impresos tradicionales la interactividad es prácticamente inexistente, dentro de las nuevas narrativas transmedia el lector cuenta con la posibilidad de ejecutar los diferentes elementos incluidos en el texto, tales como la edición o los comentarios.

Para Jenkins la narrativa transmedia se refiere a “una nueva estética que ha surgido en respuesta a la convergencia de los medios y que hace nuevas exigencias a los consumidores” (en De Melo, Tázia & Gallo, 2014: 155). Los usuarios emplean las herramientas *online* para consultar el contenido distribuido por diferentes medios, interpretar los relatos y compartir su conocimiento con otros individuos. En esta nueva dimensión de la interactividad surgida en las narrativas transmedia, Scolari (2013) acuña el término ‘prosumidor’, un concepto híbrido entre consumidor y productor, para destacar la labor activa que realiza el lector en tanto que consume la información ofrecida por los medios y participa en estas narrativas transmedia explorándolas, completándolas y compartiéndolas con otros individuos.

La interactividad de los lectores en las *transmedia storytelling* crea nuevas fórmulas de comunicación en diferentes plataformas del entorno digital. Cada usuario accede a los diferentes elementos multimedia o hipertextuales ofrecidos en un relato transmedia en el orden que considera oportuno, creando sus propias estructuras de lectura y un entendimiento único sobre las mismas. En este punto, la verticalidad informativa de los medios tradicionales impresos desaparece para dar paso a una comunicación horizontal. Manuel Castells (2009), al hablar de la metáfora de la sociedad conectada en red, esboza este término para referirse a una comunicación alejada de la pasividad de los lectores y orientada a la interacción de los mismos en los propios contenidos y también entre ellos.

Las narrativas transmedia presentan unos principios básicos e indispensables para la construcción de los nuevos relatos digitales. Entre ellos, destaca que deben ser creadas por una o muy pocas personas, que la transmedialidad debe ser intuita desde un primer momento y que no puede presentar fracturas, a pesar de que su contenido se establezca en diferentes plataformas (Scolari, 2013).

A modo de resumen, podría entenderse que la narrativa transmedia es una historia dividida en diversos capítulos presentados en diferentes formatos, en los que se hace indispensable la interacción de los lectores.

### **2.5.2. El Periodismo *Slow***

En la actualidad, el continuo desarrollo de la era digital coincide con una etapa protagonizada por las prisas y la velocidad dentro de la comunicación. Dentro del ámbito periodístico, este hecho se ha visto intensificado por el hueco que han ido tejiéndose la producción y el consumo de las tecnologías de la información.

En este contexto, se despliega una nueva corriente que, a pesar de haber nacido en 1986, no se ha extendido al campo del periodismo hasta bien entrada la pasada época y es conocida como *slow media* o *slow communication*. Frente a una cultura en la que impera la velocidad, este movimiento defiende un estilo de vida basado en la calma y la inclusión de pausas (Serrano-Puche, 2014). A pesar de que los avances en esta materia se mantienen, por el momento, en *stand by*, los cimientos que la sustentan permanecen estables desde un primer momento: por encima de la cantidad, impera la calidad de los contenidos periodísticos.

El movimiento de la *slow communication* puede connotarse como “adentrarse en el mundo de los matices, las singularidades o las redes y apostar por modelos culturales en los que prime la calidad, la creatividad y la voluntad de perfeccionismo” (Barranquero, 2013: 437). El periodismo lento puede ser considerado como una antítesis del consumo de masas, no se trata tanto de la inmediatez, sino de la calidad y la profundización. Por esta razón, los trabajos e investigaciones llevadas a cabo dentro de este campo se basan en el esclarecimiento de posibles soluciones a un consumo informacional y tecnológico masivo.

Algunos de los rasgos que caracterizan esta nueva tendencia que denuncia la cultura de las prisas son:

- Es un Periodismo útil para el bienestar de la comunidad, bien producido, escrito y presentado que se apoya en recursos como vídeo o fotografía.
- Su producción no debe corromper ni abusar de las comunidades, ni promover estereotipos, sino que busca apoyar ideales de justicia social y sostenibilidad ambiental.
- Se trata de un Periodismo justo y equitativo, desde el contraste y la pluralidad de fuentes y desde la creación de medios accesibles y participados por las propias comunidades con el fin de representar sus intereses. (Rosique & Barranquero, 2014: 36).

Internet permite que multitud de formatos periodísticos expresan sus contenidos con una brevedad e inmediatez tan extremas que ocasionan una descontextualización, una simplificación y una fragmentación de la realidad, así como un consumo descontrolado y, en muchos casos, innecesario. De este modo, los conceptos de ‘desconexión digital’ y ‘autonomía mediática’ (Serrano-Puche, 2014) se plantean imprescindibles para establecer un control sobre el consumo de la tecnología y la información y abogan por lograr una reconexión con el entorno.

Un claro ejemplo de las consecuencias anteriormente citadas se encuentra en el *microblogging* realizado en redes sociales como Twitter o en los diarios gratuitos, donde prevalece un titular llamativo por encima de la reflexión del contenido. En contraposición a estas preferencias, la *slow communication* implanta fórmulas infotecnológicas más densas para comprender el conocimiento y realizar un uso más reflexivo de los medios (Barranquero, 2013). En el ámbito concreto del Periodismo, la *slow communication* apuesta por recurrir a formatos como el reportaje, la crónica o el Fotoperiodismo, que originan un consumo más pausado.

Es preciso aclarar que el objetivo de esta tendencia no radica en defender un culto a la lentitud (Rosique y Barranquero, 2014), sino que, con su aplicación, se pretende alcanzar un control sobre los ritmos temporales y la velocidad aplicada en cada

contexto de la vida. Así, para lograr el equilibrio planteado por la *slow communication* y recuperar la calidad informativa y tecnológica es necesario aplicar la llamada “dieta digital” en cuatro pasos (Sieberg, en Serrano-Puche, 2014): repensar el tiempo diario que se le dedica a navegar en Internet; establecer una fase de desintoxicación tecnológica progresiva; reconectarse a lo digital partiendo de una base saludable de consumo; y, por último, alcanzar una actitud de consumo informacional basada en una concepción *slow*.

En la llamada ‘red del torrente mediático’ (Gitlin, 2005), una realidad en la que prima el dominio de la cantidad informativa y la conexión ilimitada, el Periodismo lento se plantea como una corriente en constante gestación. Si realmente llega a consolidarse como un elemento clave de las nuevas narrativas digitales, esta revolución en la manera de contar historias pasará a ser una realidad que defina el futuro de la profesión periodística.



## **CAPÍTULO III. EL NUEVO PERIODISMO: DE LAS ARMAS DE LA LITERATURA A LA ERA MULTIMEDIA**

El Periodismo, caracterizado por la necesidad de renovación constante, encuentra en la corriente del Nuevo Periodismo uno de los cambios más relevantes dentro de la profesión. Este se convierte en el precursor directo de las renovaciones periodísticas que tienen lugar posteriormente: la aparición del ‘nuevo Nuevo Periodismo’ o el nacimiento del Periodismo digital, que cambia por completo la manera de entender la comunicación.

La amenaza de los medios audiovisuales motiva a los diarios impresos a establecer nuevas formas de hacer Periodismo, de tal manera que estas se adapten a la realidad actual. Así, la prensa escrita tradicional recupera elementos de la literatura, propios del Nuevo Periodismo, para hacer frente al protagonismo de la era digital que, por su parte, busca sincronizar sus posibilidades con estructuras narrativas que se ajusten a ellas. En este capítulo del presente Trabajo Fin de Grado se explica cuáles son los tratamientos actuales de la información, tanto en medios impresos como en diarios digitales, así como sus causas y consecuencias.

### **3.1. Introducción al concepto de Nuevo Periodismo**

En la Norteamérica de los años 60, el Periodismo no se presenta muy distinto a lo que se conoce actualmente, en el sentido de que impera la inmediatez por encima de otros elementos como la profundización o la contextualización. Los diarios buscan la exclusiva por encima del fondo de la noticia, es decir, solamente muestran interés en publicar lo más rápidamente posible el ‘qué’ y el ‘cuándo’, sin reparar en la importancia de los detalles que conforman la información; por su parte, los textos periodísticos, lejos de presentar sus contenidos de una manera reflexiva y detallada, se caracterizan por su trivialidad, siguiendo todos ellos la representativa estructura de la pirámide invertida.

Frente a esta industria de un Periodismo ágil, superficial e insípido, surge una nueva corriente que busca completar y perfeccionar el fondo de los contenidos periodísticos de la época: el Nuevo Periodismo. El estilo de este nuevo modelo de redacción no

busca tanto regirse por los estándares de la información pura, sino que su objetivo es transmitir a los lectores los hechos que rodean a un acontecimiento real añadiéndoles una pincelada literaria, un tono propio de un relato breve (Wolfe, 1973).

Así, en base a las explicaciones aportadas por diversos autores, el Nuevo Periodismo puede ser definido como la construcción de un relato fundamentado en unos hechos acaecidos en la realidad que se sustenta sobre una base de técnicas propias de la novela y detalles literarios. Siguiendo a Wolfe, el Nuevo Periodismo consiste en comprender que la materia (los sucesos) está ahí y debe ser transmitida a través de un enfoque narrativo en el que prima la creatividad del reportero. Es decir, un relato propio del Nuevo Periodismo está caracterizado por poseer un contenido que engancha y que, además, está contando de una manera atractiva; no obstante, detrás de todo esto, debe llevar un análisis profundo y trabajado.

Dentro de su definición, esta corriente guarda numerosas particularidades:

- En primer lugar, cabe destacar que, visualmente, el Nuevo Periodismo está caracterizado por contener diálogos verosímiles, descripciones detalladas y cuidadas de acontecimientos reales, y emplear un lenguaje fluido que dota de personalidad a la información (Santibáñez, 1983).
- Por otro lado, el realizar una investigación rigurosa con el fin de aportar detalles humanos al relato se considera una propiedad esencial del Nuevo Periodismo. Es en este aspecto en el que la investigación previa se convierte en una parte amplia y fundamental en la construcción del relato.
- La figura del periodista como símbolo característico de este movimiento, comienza a cobrar protagonismo durante las técnicas de investigación. “El sello distintivo principal del Nuevo Periodismo es la intención del escritor de ser personal, participante y creativo en relación con los sucesos sobre los cuales informa y comenta” (Johnson, en Santibáñez, 1983: 77). El reportero adquiere una posición de narrador, distinta a la habitual, desde la que cuenta lo ocurrido como si estuviese delante de los protagonistas viendo qué hacen en ese momento, transportando al lector al lugar de los hechos y ofreciéndole diferentes puntos de vista.

- La profundidad de los artículos de Nuevo Periodismo depende, en gran medida, de las características anteriormente citadas.
- Por último, es conveniente destacar también la relevancia de la tipografía propia de dichos textos. A diferencia de los textos periodísticos hasta el momento conocidos, con frecuencia se incluyen multitud de puntos, signos de exclamación, cursivas, onomatopeyas, mimesis o pleonasmos; es decir, se emplea un estilo de lenguaje más dinámico. Este nuevo formato es quizá la idea principal que permite concebir un nuevo estilo de redacción gestado dentro del periodismo (Wolfe, 1973).

Este conjunto de características ocasiona que comiencen a traspasarse todos los límites del Periodismo, de tal forma que muchos profesionales de la información repudian este estilo y desconfían de su seriedad por alejarse de lo convencional, mientras que grandes figuras de la literatura ven cierta amenaza en él.

### **3.1.1. La ‘novela de no-ficción’: el caso de *A sangre fría***

A mediados de los años 60, la consolidación del Nuevo Periodismo es inminente. Cada vez más profesionales se sumergen en los recursos de este nuevo estilo para narrar diferentes acontecimientos y el ‘Paraperiodismo’, un concepto acuñado por Tom Wolfe para referirse como sinónimo de Nuevo Periodismo, alcanza una nueva dimensión.

En febrero de 1966, el autor Truman Capote publica, en formato novela, *A sangre fría*, un reportaje sobre el asesinato de todos los miembros de una familia en una granja de Kansas que, con anterioridad, había sido publicado por capítulos en el diario *The New Yorker*. Es el propio Capote quien deshecha la idea de referirse a este trabajo como Periodismo y lo denomina el primer ejemplar de un nuevo género literario: la ‘novela de no-ficción’ (Wolfe, 1973). Sin embargo, el Nuevo Periodismo se nutre de este relato para impulsarse hasta la cumbre del éxito.

La ‘novela de no-ficción’, que se forja como un género literario en los años 60, mezcla elementos propios de la narrativa de una novela tradicional con técnicas de investigación periodísticas, como las entrevistas a protagonistas o personas cercanas a los hechos. En este nuevo género la investigación y la preparación previas se

consolidan como fundamentales, pues es necesario recoger toda la información necesaria sobre una historia de forma detallada para poder convertirla en una novela (Herrscher, 2012).

Siguiendo esta definición, se entiende por qué Capote emplea cinco años en reunir todos los datos, testimonios y detalles para crear una contextualización precisa de lo ocurrido. Esta particularidad plantea una clara diferenciación con el reporterismo habitual de la época, caracterizado por la inmediatez en la búsqueda y planificación de la información. Por otra parte, en esta nueva manera de construir reportajes no resulta más relevante el dato que la propia escena, lo que convierte en imprescindible que el periodista invierta mucho tiempo con los protagonistas con el fin de obtener una descripción de la escena que logre situar al lector en la misma.

Una vez organizados los datos recogidos, los escritores de ficción dedican un tiempo a moldear y analizar dicha materia prima con el fin de lograr una técnica narrativa perfecta y alejada de cualquier tono moral, lo que les permite alcanzar una completa objetividad en su relato de los acontecimientos (Wolfe, 1973). *A Sangre Fría* es un gran ejemplo de esa capacidad moldeadora; Capote sitúa al lector en el lugar de los hechos y le transporta a diferentes puntos de vista, creándole, finalmente, uno propio.

Teniendo en cuenta su dimensión contextualizadora y la inclusión de diferentes puntos de vista sobre lo acontecido, puede decirse que la ‘novela de no-ficción’ se aproxima ligeramente al Periodismo interpretativo, en tanto que ambos entremezclan elementos de otros géneros y estilos. Para entender tal afirmación es conveniente conocer algunas de los elementos característicos de la interpretación:

“Entre estos elementos están: *clarificación*. Lo que puede haberse perdido en la información original; *perspectiva*. Dónde está el comienzo del suceso, cuáles son sus paralelos, qué nueva noticia puede engendrar; *significación*. ¿Fue solo una ‘noticia’ lo que ocurrió, un mero incidente en la historia o es el primer indicio de un cambio histórico?; *consecuencia*. ¿Qué puede ocurrir debido a que ocurrió o no ocurrió esto? Medido de acuerdo con la capacidad del hombre y sus realizaciones pasadas ¿fue esto algo noble o algo equivocado o algo innoble? ¿Había algo *deja vu* en ello, o divertido, o atractivo?” (Shepley, en Santibáñez, 1983:83)

En la obra de Capote, además de encontrarse las cualidades propias del reportaje, también pueden ser señalados algunos de los rasgos anteriores. Sin embargo, existe una diferencia fundamental entre estos dos géneros (Santibáñez, 1983): la ‘novela de no-ficción’ sigue el ritmo narrativo y organizativo de una novela tradicional, mientras que el Periodismo interpretativo mantiene muy presentes las labores periodísticas de la investigación y la organización.

En un intervalo de tiempo muy corto, multitud de autores siguen el camino de Capote para construir sus historias. Tras la intensa popularización de la práctica de publicar relatos en forma de novela, “no había nadie que se atreviese a desechar el Nuevo Periodismo como género literario inferior” (Wolfe, 1973: 45).

### **3.2. Las variantes del Nuevo Periodismo en la actualidad**

Desde su nacimiento, el Nuevo Periodismo se ha consolidado como un género esencial dentro del ámbito periodístico, un hecho que perdura hasta la actualidad. No obstante, es preciso matizar que este estilo ha sufrido avances de diferente tipo en su trayectoria. Los cambios producidos en el Nuevo Periodismo pueden ser entendidos desde la perspectiva de su estilo narrativo, pero también desde la confluencia que da lugar a la era digital. En la presente investigación, tratarán de explicarse las transformaciones experimentadas por el Nuevo Periodismo en diferentes ámbitos de su existencia.

#### **3.2.1. El ‘nuevo Nuevo Periodismo’**

El legado que dejan autores como Tom Wolfe, Truman Capote o Gay Talese ocasiona el cese de la novela como máxima expresión literaria. De esta manera, el Nuevo Periodismo toma el relevo, aunque matizando los rasgos característicos de su propio estilo.

Esta nueva forma de concebir el género recibe el nombre de ‘nuevo Nuevo Periodismo’ y aporta una visión diferente en las rutinas de trabajo, así como en el estilo. En el término definitorio de esta nueva corriente se encuentra ya un atisbo de diferencia con

respecto al Nuevo Periodismo tradicional, que nace de la experimentación realizada por los sucesores de los nuevos periodistas de los años 60.

El movimiento del ‘nuevo Nuevo Periodismo’ experimenta con las técnicas narrativas hasta entonces conocidas para otorgarles una visión distinta, pero su principal novedad es el uso de técnicas y métodos alternativos de investigación, así como la aportación de un enfoque social, cultural, activista y de denuncia a los trabajos realizados. Así, es definido como un Periodismo “rigurosamente reportado, psicológicamente astuto, sociológicamente sofisticado y políticamente concienciado” (Boynton, 2015: 15).

Mientras que el Nuevo Periodismo surge como un movimiento que desafía las formas narrativas tradicionales y divulga el alcance retórico y literario del Periodismo, desbancando a la novela como género literario más representativo, esta nueva corriente brota con el fin de aportar una nueva personalidad al género, otorgando más protagonismo a un reporteo riguroso que al lenguaje y los símbolos utilizados para contar las historias (Boynton, 2015). Frente uso de un estilo cuidado y de las técnicas narrativas propias de la novela, el ‘nuevo Nuevo Periodismo’ apuesta por emplear unas tácticas de inmersión e investigación más profundas que las utilizadas antaño, algo que se refleja en los trabajos que siguen esta línea. En el uso de estas nuevas tácticas, las herramientas digitales, de las que se hablará en el siguiente apartado, suponen un cambio fundamental para la comunicación.

“Hay ciertas áreas de la vida en las que el Periodismo todavía no puede entrar fácilmente por razones de invasión de la privacidad. Es dentro de estos márgenes donde la novela podrá crecer en el futuro” (Wolfe, 1973: 35). Teniendo en cuenta esta afirmación, el ‘nuevo Nuevo Periodismo’ es considerado la siguiente dimensión del Nuevo Periodismo, en la investigación en profundidad se convierte en un componente esencial en el tratamiento de la realidad como ficción.

### **3.2.2. El estallido de la era digital: cambios en la manera de concebir el Periodismo**

Una vez que está claro el concepto de Nuevo Periodismo y de su corriente sucesora, es conveniente tener en cuenta que, en la etapa actual, donde comienza la influencia

de las nuevas tecnologías, se producen una serie de cambios que afectan a la manera tradicional de hacer Periodismo. En esta era digital emergente el concepto de un Nuevo Periodismo se disipa, en tanto que empieza a entenderse como un proceso evolutivo que se adapta a una nueva realidad formada por diversos avances tecnológicos. Es decir, la evolución del periodismo no solamente se perfila desde el enfoque del estilo, la narración o la consecución de información, sino que la aparición de Internet como nuevo medio ha propiciado que los contenidos periodísticos forjen una nueva estructura narrativa y comiencen a difundirse a través de nuevos soportes, adaptando sus características a los mismos.

El nuevo soporte trae consigo un modelo de comunicación basado en la confluencia entre el texto, la imagen y el sonido, conformando juntos un mensaje multimedia que se distribuye a través de la red en tiempo real. El Ciberperiodismo, concepto que ha sido definido en el capítulo anterior, se trata de una forma de comunicación a la que también puede denominarse 'Nuevo Periodismo' (Blanco & Fernández, 2011).

Este nuevo modelo de Periodismo *online* transforma los mensajes informativos: el texto escrito ya no se trata del único elemento de interés, sino que las tres características básicas del lenguaje digital, multimedialidad, interactividad e hipertexto (Farías & Prieto, 2009), proporcionan al internauta la posibilidad de acceder a datos complementarios sobre una misma información, que se encuentran presentados en diferentes formatos, y difundirlos a través de la red.

La multimedialidad se consagra como un elemento fundamental del nuevo Periodismo digital, pues este busca maneras dinámicas de presentar sus contenidos con el fin de ofrecer a la sociedad algo diferente a los textos escritos. La imagen, la infografía, marca las pautas de la comunicación en red, creando un nuevo discurso de lo visual (Gutiérrez, 2007). Internet se establece como el único medio que permite instaurar interactividad en tiempo real, planteando una verdadera relación comunicativa entre emisor y receptor (Zalcborg, 2001) y convirtiendo al usuario en participante directo de la creación de contenidos; por su parte, el hipertexto aporta la profundización al mensaje periodístico al establecer una serie de hipervínculos que redireccionan al internauta a informaciones complementarias o relacionadas con el tema tratado. De esta manera, es posible afirmar que existe una nueva forma de hacer Periodismo, el

tratamiento de la información y la difusión de contenidos se adaptan a las nuevas realidades actuales.

La era digital posee cuatro cualidades indispensables que sientan las bases de esta nueva manera de hacer periodismo: es descentralizadora, globalizadora, armonizadora y permisiva (Negroponte, en Vilamor, 1997). Sin embargo, a pesar de los cambios y mejoras aportados, el auge del Ciberperiodismo plantea ciertas dudas en torno al hueco que ocupa el periodismo impreso tradicional, cuya supervivencia depende de su adaptación a la existencia de un nuevo medio.

Como respuesta a la paulatina consolidación del Periodismo *online* y los profundos cambios que ha traído consigo, surge el concepto de reinventar la prensa, perfeccionando nuevos modelos de contenido y añadiendo matices a aquellos que van a perdurar, con el fin de poder competir con los materiales audiovisuales del periodismo digital (Vilamor, 1997). Los contenidos de la red están caracterizados por la inmediatez, la brevedad y la complementación a través de otros soportes, pero nunca por su densidad, puesto que resulta incómodo para los usuarios realizar lecturas largas e intensas a través de un monitor. Es en este momento cuando la prensa en papel aprovecha la oportunidad de añadir un valor diferente a sus contenidos.

Los diarios impresos, ante la amenaza de los medios audiovisuales, comienzan a incluir en sus páginas lecturas profundas repletas de referencias literarias para contar la realidad (Herrscher, 2012). El Periodismo literario, tan popular durante la etapa del Nuevo Periodismo americano, resurge con fuerza debido a la aparición de los medios digitales, convirtiéndose en un arma para lograr la distinción entre estos y un Periodismo en papel que perdura a pesar de las adversidades.

Por otra parte, a pesar del papel indispensable que juegan la literatura y la narrativa en los medios impresos, estos dos elementos también forjan su propio espacio en los medios digitales, principalmente a través de los blogs. Las lecturas reflexivas propias del actual periodismo impreso, así como la participación de la literatura también en los medios digitales establecen una nueva relación significativa entre Periodismo y literatura (Blanco & Fernández, 2011).



Las nuevas tecnologías no solo no favorecen la desaparición del Periodismo impreso, sino que “abren nuevos campos para la difusión de la literatura, el periodismo y el pensamiento” (Gutiérrez, 2007: 168). Además, El Nuevo Periodismo de la era digital favorece la aparición de nuevas estructuras narrativas y de una nueva forma de profundizar en las historias y hacer Periodismo interpretativo, dos ideas que se consideran fundamentales a la hora de reivindicar el Periodismo del futuro. Por su parte, la prensa en papel se aviva, asociándose con la literatura, y aprende a adaptarse para sobrevivir y hacer frente a lo audiovisual y multimedia, perfilándose, además, como un Periodismo de referencia para el público.

Todas las alteraciones surgidas a raíz de diversos avances dan lugar a diferentes formas de hacer Periodismo en la actualidad. Desde el ‘nuevo Nuevo Periodismo’ hasta el Periodismo multimedia, pasando por la renovación del Periodismo escrito y la resurrección del Periodismo literario, pueden ser considerados un Nuevo Periodismo que viene, que ya está aquí y que pretende seguir renovándose, evolucionando y adaptándose a los cambios de la realidad, tal y como ha hecho hasta el momento.

### **3.2.3. El papel del Periodismo narrativo en la actualidad**

El surgimiento de las nuevas tecnologías y su implicación en la producción y distribución de los contenidos favorece que la tendencia informativa actual esté regida por los estándares de la inmediatez, la brevedad y la constante actualización. No obstante, a pesar de la necesidad manifiesta de la mayor parte de los lectores por acceder a una información rápida, existe un sector de usuarios que demanda un modelo informativo diferenciado de la superficialidad de las noticiales actuales.

En este contexto, se recupera la figura del Periodismo narrativo e interpretativo, un género periodístico que siempre ha sido desestimado frente al ensalzamiento de la narración de la realidad más pura (Puerta, 2011). Multitud de lectores recuperan la predisposición a sumergirse en relatos informativos más profundos en lugar de conformarse con conocer solamente los datos más relevantes de un acontecimiento, es decir, se busca comprender a fondo lo ocurrido y no quedarse en una visión incompleta del mundo.

El Periodismo narrativo ofrece a los lectores la posibilidad de sumergirse en un relato caracterizado por su contextualización y sus explícitas descripciones de los detalles que envuelven la realidad. En este aspecto, adquiere especial relevancia la figura del redactor, que se adentra en el interior de los hechos para conocer a fondo los detalles y las historias humanas que hay detrás de un acontecimiento. El autor, Herrscher (2012) señala diversos aspectos que definen a buen periodista narrativo:

- La creación de las voces de los personajes a través de la voz del narrador.
- La explicación de detalles reveladores.
- La selección de historias. El periodista se esfuerza por determinar que historias merecen ser contadas, una característica que comparte con el periodismo informativo puro.
- Determinar los recortes y enfoques en una historia. Es decir, qué detalles se pueden pasar por alto y en cuáles se debe hacer más hincapié.
- El tono y el ritmo de la narración.
- El despliegue de un punto de vista personal del redactor. Como se ha dicho anteriormente, el periodismo narrativo va de la mano del Periodismo interpretativo.

Por otra parte, la inclusión de la figura del personaje en este tipo de narraciones supone una de las grandes diferencias que se pueden encontrar con el Periodismo informativo. Lejos de pasar a ser meras fuentes y declaraciones, los personajes de una historia y los diálogos que mantienen se convierten en el centro de esta, dando lugar a lo que se denomina como ‘teatro de la realidad’ (Herrscher, 2012).

La importancia del personaje comienza a estar latente desde la fase de recogida de información, en la que el periodista se acerca a él y se adentra en su vida para conocer todos los detalles de la misma y plasmarlos con exactitud posteriormente. La búsqueda de información es un rasgo común entre el periodismo narrativo y el periodismo informativo, puesto que ambos recurren al uso de fuentes o documentación para conocer una realidad en profundidad (Bonano, 2014). Así, los periodistas narrativos aplican métodos tradicionales de consecución de datos, tales como las entrevistas a protagonistas.

Siguiendo la estela del uso de técnicas informativas puras, el Periodismo narrativo trata de responder de igual forma a las 5W's, consagradas como un pilar básico en la mayor parte de los géneros periodísticos. En este caso, se dividen en 3 niveles: un primer nivel más superficial, un nivel de profundización y un último nivel de expansión.

De esta forma, se puede afirmar que el Periodismo narrativo se inspira en las herramientas propias de la literatura para construir sus mensajes, pero no significa que este género abandone por completo las técnicas periodísticas tradicionales, sino que se esfuerza por combinar ambos métodos (Bonano, 2014).

El Periodismo narrativo puede resumirse como un género que manifiesta a la literatura como una noticia permanente (Puerta, 2011). No consiste en pasar de la realidad a la ficción, sino que se trata de un estrechamiento de lazos entre Periodismo y literatura que enriquece las diversas estructuras narrativas que se crean a raíz de su unión.

### **3. 3. La teoría del *Framing*: perspectivas para construir un relato periodístico**

Los primeros *frames* o enfoques no nacen en el contexto de la comunicación y sus usos iniciales no se refieren a estudios sobre los mensajes periodísticos. La primera aplicación de esta teoría se remonta a diversas investigaciones sobre la psicología cognitiva, llevadas a cabo por el antropólogo y científico Gregory Bateson (Giménez, 2006). Dichas investigaciones exponen la tendencia natural de las personas de fijarse en unos aspectos concretos de la personalidad y obviar otros; es decir, se establece un marco mental que permite destacar unas características por encima de otras. El primer autor en adaptar los elementos propios del *framing* en los estudios sobre medios de comunicación es Erving Goffman (Sádaba, 2001).

Tras situar de forma general en qué consiste la aplicación de los *frames*, es preciso señalar que, en el contexto periodístico y comunicacional, la teoría del *Framing*, encuadre o enfoque se refiere a la técnica empleada para seleccionar determinados aspectos de la realidad, otorgándoles más protagonismo en el mensaje informativo que a otros detalles también partícipes en lo acontecido. Los *frames* permiten definir

el problema, interpretar sus causas y determinar una solución (Ardèvol-Abreu, 2015). Para definir un encuadre con exactitud se debe tener en cuenta aquello que se describe con más precisión, pero también los datos que se omiten.

La premisa principal en base a la que se rigen los *frames* en el entorno de la comunicación es que “lo esencial no es la realidad, sino cómo esta es valorada e interpretada por el individuo” (Sebastián, en Sádaba, 2001: 146). Siguiendo esta idea, a la hora de determinar cómo aplicar un encuadre en un relato periodístico, se tiene en cuenta que, tanto los emisores de información (medios y periodistas) como aquellos que la reciben (receptores, usuarios, lectores, etc.) participan en ese proceso de selección de fracciones determinadas de un hecho.

### **3.3.1. Tipología de los *frames*: *media frames* y *audience frames***

Como se ha dicho anteriormente, la construcción de un enfoque o *frame* no responde solamente a un criterio, sino que depende de cada uno de los elementos que pueden encontrarse en el proceso de elaboración de una información. De esta manera, se distingue entre los *media frames*, los enfoques realizados desde la perspectiva de medios y periodistas, y los *audience frames*, que están determinados por los receptores de la información atendiendo a su capacidad interpretativa.

Los *media frames*, los enfoques realizados desde la posición del emisor son, en algunos casos, definidos como encuadres ideológicos que tienen en cuenta el sexo o la edad de sus lectores potenciales para determinar el énfasis de sus contenidos; en otros casos, son los propios factores organizativos del medio los que establecen los *frames* (Ardevol-Abreu, 2015). Es decir, en este último aspecto son diversos elementos los que influyen en la manera de producir la información: la línea editorial del medio, los intereses empresariales, la ideología del periódico y el número de hechos que llegan a la redacción durante el día, entre otros.

Los propios periodistas, además de aplicar los encuadres de producción establecidos por los medios, también poseen sus rutinas de selección a la hora de construir el mensaje. Condicionados por el espacio adjudicado a su texto o la limitación del tiempo, los profesionales deciden, en base a sus criterios, qué es y qué no es noticia en un acontecimiento, seleccionando unos aspectos sobre otros y conformando un

*frame* noticioso. Actualmente, con las ventajas ofrecidas por las nuevas tecnologías, los problemas de espacio y tiempo con los que deben lidiar los periodistas son subsanados con herramientas como el hipertexto (Ardevol-Abrèu, 2015). Sin embargo, la necesidad de establecer un enfoque sigue latente a pesar del cambio de soporte: una información no resulta igual de importante si está en la página de inicio de la publicación *online* que si se encuentra incluida en el interior, si le acompaña una foto determinada, si las fuentes que han contribuido tienen una mayor o una menor importancia, etc.

En cualquiera de los casos anteriores, los encuadres establecidos por los emisores tienen que ver con los atributos de la propia noticia. Así, en la producción final de información interviene un enfoque configurado por el trabajo llevado a cabo por el periodista, su ideología, las fuentes y el lenguaje empleado, y la organización general del medio de comunicación (Tuchman, 1978).

Por otro lado, el receptor de la información también es un elemento que forma parte del proceso comunicativo y realiza, por tanto, sus propios enfoques (Giménez, 2006). En este contexto puede comenzar a hablarse de los *audience frames*, un término acuñado por Scheufele (1999). El público que recibe los mensajes es múltiple y muy heterogéneo, por eso resulta tan complejo construir un mensaje acorde a cada receptor; sin embargo, los periodistas estructuran la información, ofreciéndole al público la posibilidad de crear su propio marco de interpretación.

La manera en la que el lector o usuario recibe el mensaje periodístico es considerado un esquema de procesamiento de la información. Todos los receptores reciben los mismos datos, pero cada uno de ellos posee la capacidad de interpretarlos de forma diferente. Las diversas interpretaciones de la realidad que resultan de este hecho cambian los significados de la misma (Sádaba, 2001); es decir, una misma idea puede ser o no recordada por el lector o ser considerada relevante en mayor o menor medida si dicha idea coincide con los esquemas generales que este tiene sobre ella. Por esta razón, la visión que ofrece un relato a los lectores es igual de relevante que los elementos que se tienen en cuenta a la hora de construir el mensaje periodístico.

El *framing* se manifiesta de múltiples maneras y se rige por diversas disciplinas y modelos teóricos, constituyéndose como el único camino para comprender

adecuadamente los efectos de los medios de comunicación (D'angelo, en Ardevol-Abreu, 2015).

### 3.3.2. El *Framing* y su relación con la *agenda-setting*

Resulta habitual considerar que la teoría de la *agenda-setting* y los *frames* pertenecen a un único modelo teórico. Diversos autores definen la teoría del *Framing* como el segundo nivel de la *agenda-setting*, como un mero elemento de una teoría mayor, integrando ambos modelos en uno y limitando así gran parte de sus posibilidades. No obstante, otros estudiosos de los efectos de la comunicación discrepan sobre este hecho y señalan que la aplicación de los enfoques alcanza un nivel más alto que el uso de la *agenda-setting*. “El *framing* no se centra en los temas o asuntos que se cubren por parte de los medios, sino en la manera en la que se presentan dichos temas” (Price, Tewksbury & Powers, en Ardevol-Abreu, 2015).

Es preciso definir el concepto de *agenda-setting* para entender correctamente dónde radica su diferencia con la teoría del enfoque. Así, consiste en una teoría cuyo objeto de estudio se encuentra en la repercusión que tienen los medios de comunicación sobre el público. A raíz de dicha repercusión, los diarios establecen una serie de asuntos y temas concretos en la mente de la audiencia (Aruguete, 2016). La aplicación de los *frames*, en cambio, se trata de un trabajo que puede ser considerado como más profundo y elaborado, puesto que atiende a todos los elementos que conforman el proceso comunicativo, no solamente al proceso de producción de la información.

Ambos modelos teóricos participan en el tratamiento de la información y buscan conocer el alcance que tiene esta sobre el público, pero presentan una serie de disparidades regidas por diferentes principios que no pueden soslayarse. La primera diferencia que puede ser señalada se enmarca dentro de los antecedentes teóricos de ambas perspectivas, en tanto que el *framing*, como se ha mencionado con anterioridad, no tiene su origen en el campo de la comunicación, mientras que la *agenda-setting* nace como una teoría enmarcada dentro de la *Mass Communication Research*, con el fin de comprobar los efectos que tienen los *mass media* sobre el público.

“La *agenda-setting* compara la relevancia de ciertos temas en los medios con la relevancia que tienen para el público, los *frames* comparan los

encuadres noticiosos sobre un asunto con la interpretación que realiza el público a través de sus propios encuadres de dicho asunto” (Zhou & Moy, en Ardevol-Abrèu, 2015: 427)

Las estrategias metodológicas utilizadas por cada corriente para llevar a cabo su labor son diversas (Aruguete, 2016). Mientras que a la *agenda-setting* le es suficiente con el empleo del análisis de contenido cuantitativo, la aplicación de los *frames* requiere otras técnicas para elaborar un análisis exhaustivo de la producción informativa: observación de redacciones o entrevistas en profundidad. Por otro lado, para analizar la interpretación y los enfoques creados por la audiencia utiliza el método del *focus group*.

Por último, resulta indispensable destacar los efectos que presenta cada una de estas teorías en relación a su aplicación. El efecto principal de la *agenda-setting* viene determinado por la repercusión que tiene sobre el público la repetición de un tema concreto en los medios; los efectos de la teoría del *Framing*, en cambio, tienen que ver con la capacidad de aplicar encuadres en diversas realidades (Ardevol-Abrèu, 2015). En esta última corriente, la manera en la que se redacta la información se considera de máxima relevancia, pues conforma el inicio del planteamiento de los encuadres.

La principal semejanza que se puede encontrar entre ambas teorías es la importancia que se le otorga a la figura del lector (Giménez, 2006), que se consagra como la pieza principal sobre la que se asientan los objetivos de las dos corrientes tratadas en el presente epígrafe. Gracias a la labor de la *agenda-setting*, se establecen los temas que más interesan a la audiencia; en base a estos temas, los periodistas encuadran la realidad y determinan la manera en la que va a ser redactada, los medios incluyen en la información en un sitio u otro del diario, lo que dará lugar a que el lector comience a interpretar esa realidad según sus creencias.

A modo de resumen, se puede concluir que estos dos modelos teóricos son autónomos pero complementarios (Aruguete, 2016). Así, múltiples autores coinciden en que para dotar de actualidad el presente contexto comunicativo, debe desarrollarse una teoría que hable sobre los efectos de los medios de comunicación, en la que se incluyan tanto

la *agenda-setting* y la teoría del *Framing* como otras muchas que intervienen en los estudios sobre los medios de comunicación y su vinculación con la audiencia.



## **CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LAS NUEVAS NARRATIVAS DIGITALES EN *EL PAÍS* Y *REVISTA 5W***

El surgimiento de una nueva forma de hacer Periodismo es una realidad que cada vez se presenta más latente. Frente a la inmediatez establecida por los medios audiovisuales, el periodismo escrito se refugia en las nuevas narrativas para ofrecer al público otro tipo de contenidos informativos, caracterizados por su densidad, su profundidad, la presencia de detalles significativos en su estructura narrativa o su contextualización. Por otro lado, la evolución del Periodismo digital posibilita que el texto escrito se complemente con elementos gráficos y audiovisuales, otorgándole a este tipo de información una relevancia cada vez más significativa para los lectores.

El Periodismo y sus pautas están renovándose para alcanzar un futuro en el que la escritura informativa no se quede relegada a un segundo plano. Por esta razón, el presente capítulo de este Trabajo Fin de Grado tratará de demostrar la existencia de esas nuevas narrativas que están empapando cada día con más asiduidad las páginas de los diarios.

### **4.1. Metodología**

La metodología puede ser definida como el método o la técnica empleada para adquirir determinados datos sobre una realidad específica que permitan ser analizados y establecer unos resultados posteriores acerca de los problemas u observaciones que envuelven dicha realidad (Igartua & Humanes, 2011).

El método científico rige las investigaciones metodológicas en comunicación, puesto que se caracteriza por ser sistemático, controlado, práctico y crítico (Wimmer & Dominick, 1996) y, por tanto, se aleja de toda interpretación de la realidad basada en intuiciones o inercias. Es necesario señalar ciertas características inherentes al método científico para entender con exactitud la precisión en la que se basa la metodología empleada en este Trabajo Fin de Grado:

- Es empírico: los fenómenos que se investigan con observables y medibles, es decir, presupone la existencia de un mundo exterior cognoscible.

- Es objetivo: los elementos observados deben ser obvios para distintos observadores y no estar sujetos a posibles interpretaciones, sino solamente a análisis puros.
- Es verificable o replicable: si se cumple la condición anterior, cualquier otro investigador puede repetir la experiencia con el fin de avanzar en la investigación y verificar o refutar los resultados obtenidos en el análisis.
- No es infalible: se somete constantemente a prueba el conocimiento adquirido con anterioridad, de tal manera que se eliminen errores para alcanzar una mayor precisión en la investigación.
- Es acumulativo: las investigaciones científicas se apoyan en estudios previos, extraen conocimientos de trabajos anteriores, que utilizan como materia prima.
- Es público: todo avance científico depende de la investigación disponible, puesto que se apoya en las aportaciones pasadas de diferentes investigadores (Igartua & Humanes, 2011: 4).

Atendiendo al concepto de metodología y a las particularidades que la definen, cabe señalar el objeto de estudio planteado en la presente investigación, que será analizado a través de una técnica metodológica en particular. Así, en este capítulo se aborda el surgimiento de nuevos métodos para narrar los contenidos informativos y de su apoyo tanto en los elementos multimedia ofrecidos por el soporte digital, como en las características narrativas propias de la corriente del Nuevo Periodismo.

Con el fin de recoger de manera más sistemática y organizada la información necesaria para llevar a cabo dicho estudio, la metodología empleada en el trabajo de campo es el análisis de contenido cualitativo y cuantitativo, regido por las bases del método científico, que se desarrolla mediante una ficha de análisis (Tabla 1) en la que se ubican diferentes variables, convertidas en potenciales propiedades de las nuevas narrativas en la prensa digital. De esta manera, los datos necesarios para afirmar o refutar las hipótesis fijadas quedan ordenados para facilitar un posterior análisis de los resultados.

#### **4.1.1. El análisis de contenido**

La técnica metodológica empleada para llevar a cabo el estudio de las nuevas narrativas digitales en este Trabajo Fin de Grado es el análisis de contenido. Este método es definido como una técnica de investigación cuantitativa, sistemática y replicable que permite analizar grandes cantidades de información a partir de una muestra representativa, con el fin de lograr una descripción objetiva del contenido comunicativo (Krippendorff, 1990; Berelson, 1952). Por otra parte, Piñuel (2002) señala un matiz interpretativo fundamental dentro de las fases previas del análisis de contenido, cuyo fin es determinar las condiciones en las que se han producido los textos informativos o qué parámetros concretos presentan para ser empleados posteriormente.

Dicho de otra manera, el análisis de contenido permite examinar tanto el significado (los tipos de temática) de los mensajes periodísticos, como los significantes de los mismos, es decir, sus rasgos (Wimmer & Dominick, 1996). A raíz de este hecho, cualquier texto informativo puede ser conocido con tal profundidad, de manera que se reconocen sus elementos básicos y el funcionamiento de los mismos, así como sus mecanismos de influencia.

En el caso concreto de esta investigación, el análisis de contenido se utiliza para conocer qué características en común presentan determinados textos informativos y con qué frecuencia se dan las mismas, con el objeto de identificar la aparición de nuevas narrativas surgidas a raíz de la influencia del Periodismo multimedia y la necesidad de renovar las técnicas periodísticas escritas. Es decir, se pretende conocer las nuevas estructuras de los mensajes mediáticos, las nuevas tendencias narrativas que se aplican en el contenido de la información y que dan lugar a un Periodismo más elaborado, contextual y profundo que se aleja de la inmediatez propia de los incesantes flujos de información.

Al igual que todos los conceptos, el análisis de contenido también presenta unas particularidades muy representativas que lo definen como método de investigación. Resulta fundamental su conocimiento previo para llevar a cabo de forma correcta un posterior empleo del análisis. Así, Berelson (1952: 15) distingue los siguientes rasgos:

- El análisis de contenido es aplicable solamente a generalizaciones de las ciencias sociales.
- Principalmente, está orientado a aplicarse para determinar los efectos de la comunicación.
- Se aplica solo a las dimensiones sintácticas y semánticas del lenguaje.
- Debe regirse por la objetividad. Las categorías de análisis deben ser definidas de tal manera que diferentes analistas puedan aplicarlas al mismo cuerpo del contenido y obtener los mismos resultados.
- Debe ser sistemático. Si alguna parte ocurrente de la categoría es tomada en consideración sin un cuerpo específico del contenido, entonces todas las ocurrencias deben hacer que la definición del problema cambie. El análisis tiene que ser diseñado para asegurar la información relevante de un problema científico o una hipótesis.
- Debe ser cuantitativo y cualitativo, teniendo en cuenta las exigencias de cada investigación.

La finalidad principal que persigue el análisis de contenido es describir las características que presentan los mensajes comunicativos, es decir, investigar qué se dice, cómo se dice y a quién se dice; establecer los antecedentes de dicha comunicación, por qué se dice algo; y proponer posibles efectos que pueda traer consigo, determinar qué se pretende conseguir diciéndolo (Krippendorff, 1990). En este método deben esclarecerse desde un primer momento las definiciones de los datos que se van a analizar y determinar de dónde han sido extraídos y con qué criterio; por otra parte, es preciso señalar y justificar el interés con el que se analizan dichos datos, es decir, qué objetivos busca alcanzar el analista.

El análisis de contenido supone una técnica de procesamiento de información en la que los datos a analizar se establecen con un criterio simbólico, es el analista el que, a partir de sus propios intereses académicos, plantea diferentes unidades de análisis que deben ser definidas y justificadas. De esta manera, se recogen una serie de variables potencialmente analizables que permitirán establecer unos resultados comprobables e interpretables.

#### 4.1.2. La muestra

Para aplicar la metodología necesaria para confirmar o refutar las hipótesis y preguntas planteadas en la presente investigación es preciso seleccionar los medios de comunicación apropiados para llevar a cabo el análisis de contenido. En este caso, se ha optado por elegir dos diarios, ambos en su versión digital, cuya principal diferencia se encuentra en la naturaleza de su origen: *El País* y *Revista 5W*.

En primer lugar, se ha decidido seleccionar a *El País* como medio a analizar debido a que se trata del diario escrito español de mayor difusión. Fundado en 1976, periodo de plena transición a la democracia, este diario, perteneciente al grupo de comunicación *Prisa*, cuenta actualmente con Antonio Caño como director y posee un promedio de tirada de 248.664 ejemplares<sup>3</sup>. *El País* nace como un medio de comunicación impreso tradicional y en 1996 se une a la red a través de una edición digital, haciéndose, paulatinamente, un hueco significativo en el nuevo soporte.

La decisión de elegir *El País* y no otro diario se fundamenta en diversas razones. La primera de ellas es la relevancia que posee en cuanto a su condición de diario generalista; además, se trata de uno de los primeros diarios que incluye el uso de recursos periodísticos fundamentales tales como el Libro de Estilo, la figura del Defensor del Lector y el Estatuto de Redacción. Por otro lado, también cabe destacar el interés existente en conocer cómo se adaptan los medios impresos tradicionales a las exigencias del nuevo soporte digital, tanto en la aplicación de formatos narrativos diferentes como en el uso de las características del mismo, y en comprobar la manera en que los diarios impresos cumplen con las demandas de contenidos establecidas por la multitud de usuarios heterogéneos que conforman el sector de lectores.

El otro medio que conforma el análisis que sienta las bases de esta investigación es *Revista 5W*, una publicación que, al contrario que *El País*, surge directamente en la red. Fundada por diversos periodistas *freelance* que recorren el mundo en busca de historias, esta revista nace en abril de 2015 pero no es hasta septiembre de ese mismo año cuando lanza su primer número. Actualmente, su director es Agus Morales, aunque ellos mismos se definen como “un medio en el que mandan los trabajadores”.

---

<sup>3</sup>Dato extraído de la Oficina de Justificación de la Difusión (enero-diciembre 2016)

Además de ser un diario nativo digital que apuesta por la profundidad, la narración, la explicación, la imagen y el sonido, características que sustentan el interés en analizar sus contenidos, también se trata de un medio que posee un ritmo de trabajo novedoso, que no se centra tanto en la inmediatez y dirige sus esfuerzos a la elaboración de unos contenidos contextualizados, teniendo en cuenta las nuevas demandas de los lectores, que se alejan de las informaciones de rápida lectura y buscan adquirir una información a fondo sobre temas concretos. Este planteamiento convierte a 5W en un medio susceptible de ser analizado, puesto que cada vez se realiza con más asiduidad un periodismo escrito que se aleja del sedentarismo que sugieren la televisión o la radio para poner los cinco sentidos en una lectura que permita conocer en profundidad aquello que se está leyendo (Castells, 2009).

Esta investigación pretende determinar si las narrativas empleadas se fusionan con los elementos propios de la red, conocer en qué medida se aplica este hecho a cada uno de los dos medios y establecer una comparativa entre los contenidos de los diarios nativos digitales y los de los medios impresos que han tenido que adaptarse a las posibilidades ofrecidas por Internet. Es decir, se busca observar si los medios nativos digitales y la versión digital de los medios impresos aplican de igual forma las nuevas narrativas o si, por el contrario, aún siguen existiendo matices que permiten dividir los contenidos de estas dos publicaciones en más profundos o en menos profundos.

En un primer momento, la documentación elegida para llevar a cabo el análisis de contenido, extraída a través de las hemerotecas *online* públicas de cada uno de los diarios analizados, es extensa. Se cuenta con un total de 103 textos y se decide aplicar un primer filtro de selección, que permite recopilar aquellos textos que cumplen con, al menos, una mínima parte de los criterios establecidos para su elección. De esta manera, se decide que el género más apropiado para analizar las nuevas narrativas multimedia es el reportaje, al ser el más completo y, por tanto, el que más posibilidades tiene de incluir los elementos a analizar en el presente Trabajo Fin de Grado. Así, el criterio de selección de los textos, que ha tratado de ser sistemático, se basa en las características tradicionales del reportaje, proporcionadas por diversos autores y expuestas con anterioridad, y en la inclusión de elementos propios de la red y del Nuevo Periodismo. Tras la aplicación de esta primera criba, la muestra queda acotada a 60 textos.

Por último, las fechas elegidas para seleccionar los textos en los que se basa el análisis de contenido abarcan un mes: desde el 10 de enero de 2017 hasta el 10 de febrero de este mismo año. Se trata de un periodo corto debido a dos razones: en determinadas etapas se da una elevada cantidad de textos aptos para analizar, mientras que en otros lapsos de tiempo la escasez de los mismos resulta significativa. Es decir, la publicación de este tipo de textos tiene auges manifestados en ciertas fechas, pero en otros periodos la cantidad de publicaciones así descende notablemente. Considerando este hecho y tras observar distintas etapas, se opta por tomar como muestra un intervalo de tiempo en el que la publicación de nuevas narrativas es abundante.

En cuanto a la elección de las fechas, cabe señalar que ha sido seleccionada concretamente esa franja de principios de año de manera totalmente aleatoria, teniendo en cuenta el periodo de fechas en el que se desarrolla la realización del Trabajo Fin de Grado.

#### **4.1.3. La ficha de análisis y definición de variables**

Para llevar a cabo el análisis de las nuevas narrativas en medios digitales se utiliza una tabla de análisis (Anexo 1) que permite recoger los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación mediante el estudio de 60 reportajes recopilados de *El País* y *Revista 5W* y publicados entre el 10 de enero de 2017 y el 10 de febrero de este mismo año.

La tabla empleada en el análisis es de elaboración propia y recoge diferentes variables pertenecientes a los elementos propios de las nuevas narrativas. Para determinar las variables necesarias para conocer las características de las nuevas narrativas digitales, se han tomado como referencia las definiciones y clasificaciones planteadas por diversos autores sobre los elementos analizados. En la ficha se recogen, por un lado, los elementos del Ciberperiodismo, descritos Díaz Noci y Salaverría (2003); un análisis del tema tratado y la construcción del discurso, una variable basada en la corriente del Periodismo *slow* (Barranquero, 2013), el Periodismo narrativo actual (Herrscher, 2012) y Periodismo interpretativo (Santibáñez, 1983); y, por último, se recogen los rasgos propios del Nuevo Periodismo que establece Wolfe (1973).

Todos estos factores construyen la definición de nuevas narrativas y permiten conocer las múltiples aplicaciones de las mismas en la elaboración de relatos periodísticos. De esta forma, la tabla de análisis queda dividida en los siguientes elementos:

Tabla 1. Ficha de análisis de contenidos sobre nuevas narrativas en medios digitales.

MEDIO DIGITAL ANALIZADO							
<b>Medio:</b> se trata de un canal de difusión de información dirigido a un público anónimo y heterogéneo, con unas características sociales, económica y culturales determinadas.	Se toman como ejemplo dos diarios de diferente naturaleza: <i>El País</i> , un medio tradicional impreso (en su versión digital), y <i>Revista 5W</i> , un diario nativo de la era digital.		<b>Sección:</b> se trata de una de las partes en las que se encuentra dividida un medio de comunicación. Su función es ordenar las noticias por temáticas y así facilitar al lector la búsqueda de información.		Esta variable responde a la pregunta de “¿en qué lugar del medio está situado el texto analizado?”. Es decir, si su tema es de índole internacional; si pertenece al mundo de la cultura, los deportes o la ciencia; o si, por el contrario, está orientado en cualquier otra sección del medio.		
<b>Fecha:</b> espacio de tiempo en el que ocurre una cosa.	El Análisis abarca un mes. La fecha de inicio es el 10 de enero de 2017; mientras que la fecha en la que se pone fin es el 10 de febrero de 2017.		<b>Tema:</b> el Diccionario de la Real Academia Española señala que un tema es el “asunto o materia de un discurso”.		Los temas encontrados en el análisis son muy variados. En algunos casos, un tema se repite; no obstante, la multitud de secciones presentes da lugar a una gran riqueza de temas.		
ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO							
<b>Hipertexto:</b> sistema de organización y estructuración de datos (imágenes, gráficos, textos, etc.) vinculados entre sí a través de enlaces y presentados de forma no secuencial al usuario.	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Número de hipervínculos:</b> Los hipervínculos son los enlaces que conforman la estructura hipertextual, a través de los cuales los usuarios acceden a diferentes recursos complementarios.	<b>Micro/macro-navegación:</b> aquella que, a través de los hipervínculos, redirige al usuario a recursos que se encuentran en la misma web en la que se presenta la información/ aquella que se refiere al acceso a datos de webs externas.		<b>Tipo de información complementaria que ofrece</b>	
	El texto posee hipertextualidad	El texto no posee hipertextualidad	Cantidad de hipervínculos que se dan en cada uno de los textos.	Los textos analizados presentan diferentes tipos de navegación. Con la aplicación de esta variable se pretende conocer qué tipo de navegación proporcionan los diferentes hipervínculos localizados a lo largo de un texto.		Documentos pdf, mapas, gráficos, información complementaria o relacionada de la misma web o de webs externas, etc.	
ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO							
<b>Elementos Multimedia:</b> son aquellos elementos propios de la red que permiten presentar recursos	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Videos</b>	<b>Imágenes</b>	<b>Gráficos</b>	<b>Audios</b>	<b>Interactividad:</b> relación recíproca de interacción que se da entre dos o más



y datos complementarios a un texto en diferentes formatos, tales como vídeos, imágenes o audios, entre otros.	El texto contiene multimedialidad	El texto no contiene multimedialidad	Conjunto de fotogramas mostrados en secuencia y a gran velocidad que conforman una serie de escenas.	Figura o representación visual de un objeto real o imaginario.	Elemento utilizado para representar un conjunto de datos que guardan una relación estadística entre sí a través de recursos como líneas o vectores, entre otros.	Almacenamiento de sonidos a través de un sistema tecnológico que permite reproducirlos posteriormente	sujetos mediante la comunicación establecida entre ellos.
							<b>Comentarios:</b> Opiniones o juicios que un usuario realiza de forma escrita sobre la información expuesta en el texto.
							Esta variable pretende analizar si los usuarios interaccionan con el medio de comunicación a través de la opción de comentarios.
							<b>RR.SS:</b> comunidades de Internet formadas por usuarios con intereses comunes.
							Esta variable pretende analizar si los usuarios interaccionan con el medio a través de las RR.SS o si comparten la información en las mismas a través de los hipervínculos facilitados

### ANÁLISIS TEMÁTICO Y DEL DISCURSO

<b>Tema:</b> asunto o materia de un discurso	Los temas de los textos analizados son variados, aunque en ocasiones se repiten.	
<b>Titular:</b> enunciado que encabeza una información y resume la misma	<b>Literario</b>	<b>Informativo</b>
	Titular que presenta matices propios de la literatura: 'Los rastreadores de catástrofes'.	Titular cuyo objetivo es presentar los datos básicos de una información: 'La crisis se cebó con la renta de los hogares jóvenes y respetó a los mayores'.
<b>Temporalidad temática:</b> transcurso de tiempo en el ocurren unos hechos.	<b>Actual</b>	<b>Atemporal</b>
	Tema ocurrido en el presente o en un pasado cercano.	Tema que se encuentra fuera del tiempo, pero que mantiene su relevancia a pesar de no ser actual.
<b>Lenguaje:</b> sistema de signos utilizado por un conjunto de personas o animales para comunicarse de forma oral o escrita.	<b>Literario</b>	<b>Informativo</b>
	Lenguaje que emplea recursos de la literatura para expresar ideas o relatar una historia.	Lenguaje que se ciñe a la narración sistemática y rigurosa de unos hechos.
	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>

<b>Descripciones detalladas:</b> explicación de los hechos que envuelven el acontecimiento y los personajes involucrados con la mayor precisión posible.	El texto presenta descripciones detalladas	El texto no presenta descripciones detalladas	
<b>Detalles humanos:</b> circunstancias personales que envuelven a los protagonistas del hecho narrado en un texto.	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	El texto incluye detalles humanos o historias de vida.	El texto no incluye detalles humanos o historias de vida.	
<b>Estructura reportajeada:</b> distribución de los datos de un acontecimiento siguiendo las características del reportaje.	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	El texto presenta una estructura reportajeada.	El texto no presenta una estructura reportajeada.	
<b>Enfoque social/cultural/político:</b> manera de valorar unos hechos teniendo en cuenta su naturaleza y sus consecuencias.	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipo</b>
	Existe algún tipo de enfoque en el texto	No existe ningún tipo de enfoque en el texto	Cultural/social/político

## RASGOS DEL NUEVO PERIODISMO

	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
<b>Recursos literarios:</b> conjunto de técnicas y recursos propios de la literatura empleados para construir un relato, en este caso periodístico	El texto emplea dichos recursos	El texto no emplea dichos recursos	Pleonasmos, mimesis, onomatopeya, metáforas, etc.
<b>Historia novelada:</b> descripción del desarrollo de unos hechos empleando técnicas narrativas propias de la novela	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	El texto desarrolla los hechos de forma novelada	El texto no desarrolla los hechos de forma novelada	
<b>Dimensión contextualizadora:</b> acción de explicar las circunstancias, el entorno y el ambiente que envuelve a un acontecimiento concreto	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	En el texto se contextualizan los hechos	En el texto no se contextualizan los hechos	
<b>Descripciones detalladas:</b> explicación de los hechos que envuelven el acontecimiento y los personajes involucrados con la mayor precisión posible	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	El texto presenta descripciones detalladas	El texto no presenta descripciones detalladas	
<b>Detalles profundos:</b> aclaración reflexiva de unos hechos	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	El texto incluye detalles profundos	El texto no incluye detalles profundos	
<b>Personajes:</b> actores o participantes principales de unos hechos	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	Los hechos narrados son desarrollados por protagonistas	Los hechos narrados son desarrollados por nadie	
<b>Diálogos:</b> conversación verbal o escrita en la que se intercambian una serie de ideas y se alternan los papeles de emisor y receptor entre los participantes.	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	El texto incluye diálogos entre los personajes	El texto no incluye diálogos entre los personajes	
<b>Tipografía propia del Nuevo Periodismo:</b> técnica de elección de tipos (letras) o símbolos para desarrollar una determinada labor de escritura. En este caso, la tipografía específica empleada es aquella que caracteriza este movimiento: una tipografía heredada de las novelas.	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
	Se usa la tipografía propia	No se usa la tipografía propia del	Signos de exclamación o interrogación, letras

	del Nuevo Perio-dismo	Nuevo Perio-dismo	cursivas, onomatopeyas, etc.
<b>Figura del periodista como narrador:</b> el narrador es la voz que relata los sucesos. La forma en la que el periodista describe los hechos es fundamental a la hora de calificar su posición como relevante o irrelevante.	<b>Posición relevante</b>		<b>Posición irrelevante</b>
	El periodista relata los hechos de forma elaborada y cuidada		El periodista no se involucra demasiado en la narración de los hechos y lo hace de una forma superficial

**Fuente: elaboración propia a partir de los autores Wolfe (1973); Negroponte (1995); y Díaz Noci & Salaverría (2003)**

## 4.2. Análisis de resultados

Con el objeto de apreciar si el surgimiento de nuevas narrativas en los medios digitales se ha convertido en una realidad latente, se presentan en este epígrafe los resultados obtenidos a partir del análisis de las diferentes variables planteadas. Dichas variables permiten conocer los rasgos que caracterizan estas nuevas narrativas propias del soporte digital y a través de su estudio se obtendrán diversas conclusiones globales sobre la investigación.

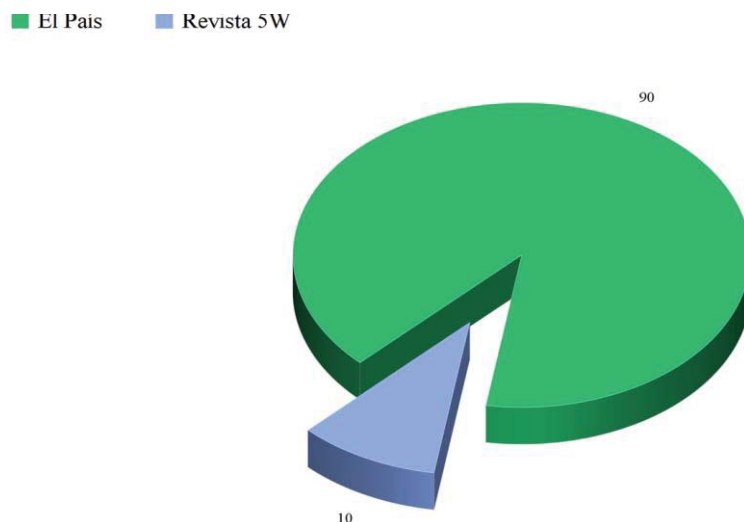
El análisis se efectúa en el mismo orden que plantea la tabla de análisis, con el fin de presentar los resultados de una manera sistemática y organizada. En primer lugar, se analizan los medios tomados como muestra, las secciones en las que se incluyen los textos, la fecha en la que se emiten y el tema sobre el que tratan; después, los elementos del Ciberperiodismo incluidos en cada uno de los textos y los rasgos del discurso; y, por último, las características del Nuevo Periodismo que presentan, o no, los textos que conforman la muestra. Los resultados obtenidos de cada variable van acompañados de un gráfico, con el fin de que sean apreciados de una manera más clara y visual, y al final se presenta un apartado comparativo que trata de establecer un paralelismo entre los dos medios.

### 4.2.1. Los medios analizados

Como ya se ha dicho en repetidas ocasiones, los medios analizados en la presente investigación son *El País* y *Revista 5W*, un diario impreso tradicional -en su versión

digital- frente a un medio nativo del nuevo soporte. El 90% de los textos analizados pertenece a *El País*, mientras que el 10% restante forman parte de la *Revista 5W*.

Gráfico 1: Porcentaje de textos seleccionados de cada uno de los medios



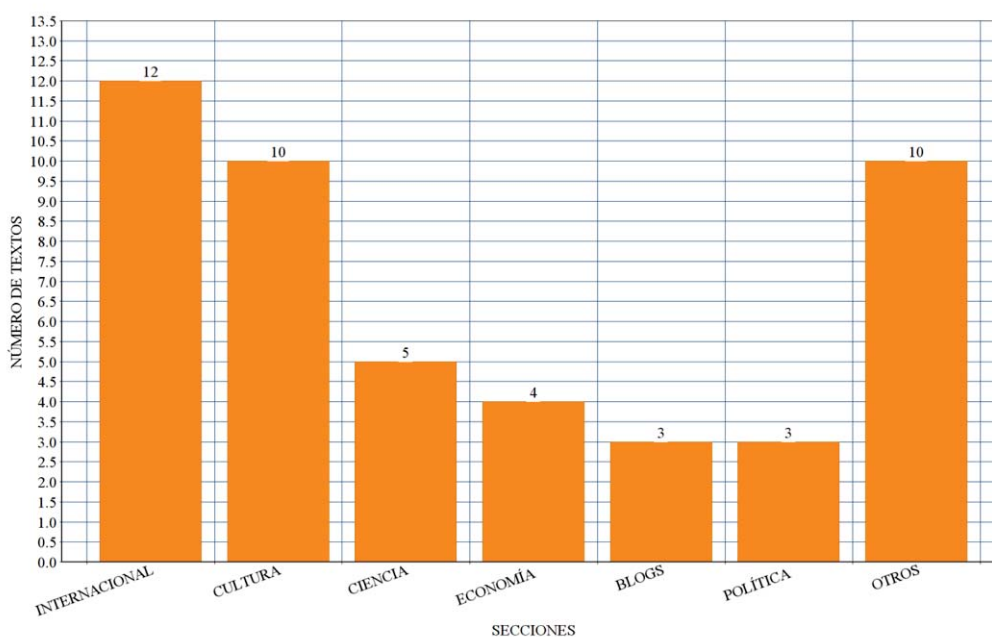
**Fuente: elaboración propia**

La explicación a este hecho es sencilla: *El País* se trata de un medio tradicional que publica grandes cantidades de información cada día, mientras que *5W* es un revista surgida en abril de 2015, hace relativamente poco, cuyos contenidos son, en su mayoría, reportajes en profundidad que requieren cierto tiempo de elaboración. Por esta razón, su ritmo de publicación es mucho menor que el de *El País*, que se encuentra más condicionado por la inmediatez que caracteriza el periodismo tradicional. Además, los contenidos de cada diario se dirigen a un público que demanda una información y una lectura de la misma distinta. Es preciso aclarar que la diferencia de textos en ambos medios no tiene por qué afectar a los resultados obtenidos, puesto que cada uno cuenta con una naturaleza y persigue unos objetivos comunicativos diferentes.

En cuanto al periodo de fechas elegido, cabe destacar que en enero de 2017 se publican, entre los dos medios, 34 textos que presentan una estructura propia de las nuevas narrativas, mientras que en febrero de ese mismo año ven la luz 26 textos, 8 menos que el primer mes del año.

Sobre las secciones de los diarios en las que se encuentran los textos, es preciso señalar que *El País* cuenta con una variedad más amplia de secciones que la *Revista 5W*. Mientras que el primer diario citado cuenta con un total de 13 secciones en las que se incluyen nuevas narrativas, en el segundo solamente destaca ‘*Why? Reportajes en profundidad*’ como sección que más se ajusta a los criterios planteados en la investigación. Así, el siguiente gráfico trata de explicar cuáles son aquellas secciones de *El País* en las que más se incluyen reportajes que presentan una estructura de nuevas narrativas, puesto que en *Revista 5W* únicamente hay una sección dedicada a reportajes.

*Gráfico 2: División por secciones de textos con nuevas narrativas en El País*



**Fuente: elaboración propia**

Tal y como se puede observar, la sección en la que más abundan los reportajes caracterizados por presentar una estructura propia de las nuevas narrativas es Internacional, seguida muy de cerca por Cultura. Con números algo más bajos, salen a flote Ciencia, Economía, Blogs y Política, dejando relegadas a un segundo plano en

este aspecto a otras secciones tales como Deportes, Tecnología o Planeta Futuro, entre otras.

Para finalizar la observación de los resultados obtenidos del análisis de la variable de los medios analizados, es preciso señalar que las temáticas encontradas en los textos son muy variadas, siendo la inmigración en Estados Unidos durante la época Trump y la Guerra de Siria los únicos temas repetidos. Más adelante, se volverá sobre esta variable y se analizará con una mayor profundidad.

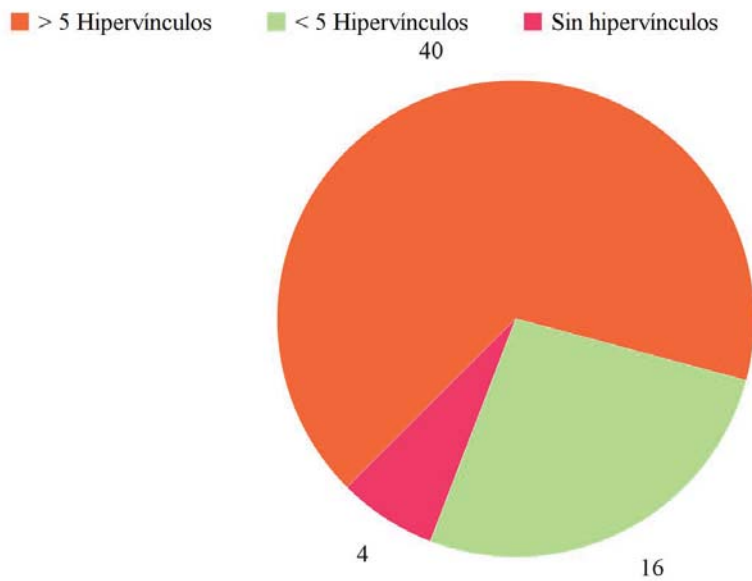
#### **4.2.2. Los elementos del Ciberperiodismo**

El Periodismo digital o Ciberperiodismo es un fenómeno muy diferente a todas las manifestaciones periodísticas conocidas hasta el momento. Para comprender en su totalidad esta nueva forma de hacer Periodismo resulta conveniente identificar y definir aquellos rasgos que le son propios y que se convierten en esenciales a la hora de diferenciarle con el periodismo tradicional: la estructura hipertextual de los textos, la multimedialidad y la interactividad.

Así, el hipertexto es definido como “un tipo de texto interactivo no secuencial, no lineal (o multi-lineal), cuya secuencialidad puede variar considerablemente a lo largo de la lectura” (Vilariño & Albuín, en Díaz Noci, 2008:62). Esta estructura se convierte en uno de los atributos que mejor definen los contenidos periodísticos del ciberespacio, creando una narrativa que se aleje de la lectura lineal que plantean los textos tradicionales y que presente una lectura multidimensional con jerarquías adaptadas a la demanda de cada usuario.

De los 60 textos analizados en la presente investigación, 40 cuentan con 5 hipervínculos o más, llegando a alcanzar los 30 hipervínculos en algunos casos, mientras que en 16 de ellos se dan menos de 5 hiperenlaces, tal y como se muestra en el siguiente gráfico. Únicamente 4, todos ellos pertenecientes a *El País*, no cuentan con una estructura hipertextual. Son textos que presentan unas características redaccionales óptimas para ser considerados nueva narrativa; sin embargo, carecen de hipervínculos que permiten acceder a informaciones relacionadas con el tema tratado.

Gráfico 3: Cantidad de hipervínculos presentes en los textos analizados



**Fuente: elaboración propia**

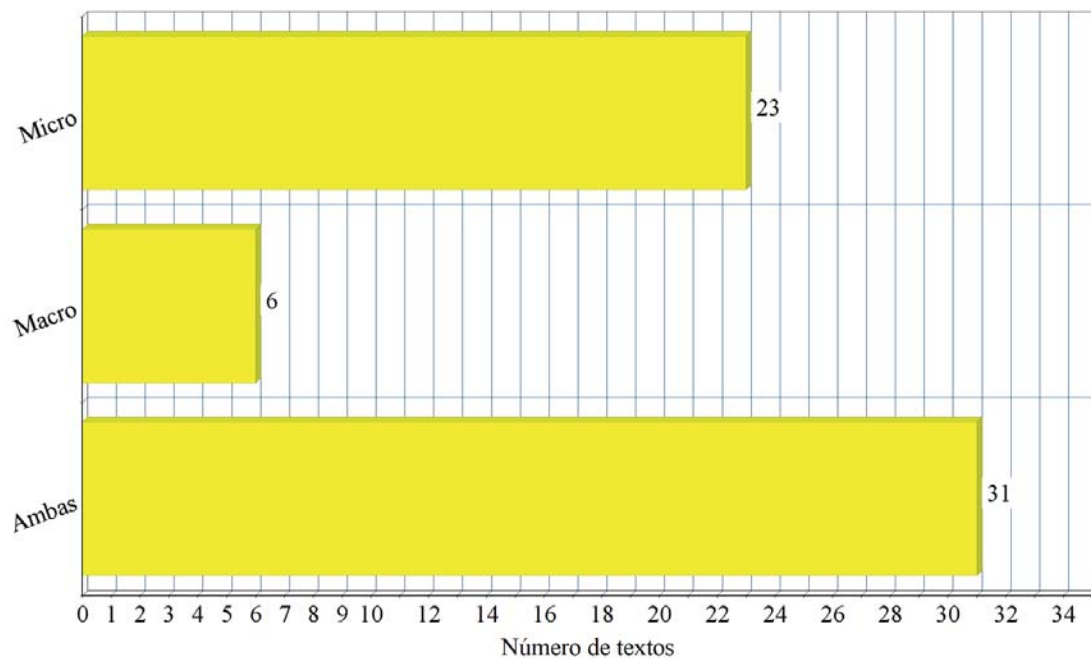
Los hipervínculos son enlaces situados a lo largo del texto que permiten al usuario acceder a otras informaciones relacionadas, o no, con el tema tratado en el texto. Según su navegación, pueden diferenciarse dos tipos de hipervínculos: aquellos que poseen micronavegación y los que alcanzan el nivel de la macronavegación. La distinción entre ambas radica en la manera de redirigir al usuario a las informaciones complementarias, la micronavegación enlaza contenidos de una misma web, es decir, a través del acceso a un hipervínculo de micronavegación se cambia de contenido, pero se permanece en la misma web; en cambio, la macronavegación redirige al usuario a contenidos complementarios o relacionados que se encuentran publicados en otras webs externas a la consultada.

La información a la que pueden redirigir los hiperenlaces a través de la micro o la macronavegación puede ser relacionada o complementaria. A priori, estos dos conceptos resultan similares, pero existen ciertos matices que los diferencian. La información relacionada es aquella que trata el mismo tema que el texto analizado, pero que presenta unos hechos y unos protagonistas diferentes; por ejemplo: en un reportaje que habla sobre los bombardeos en las escuelas de Siria, una información relacionada podría ser una noticia que hable sobre las cifras de personas fallecidas

durante el último mes como consecuencia de la Guerra. Existe un tema común, pero los hechos son diferentes. Por otro lado, la información complementaria consiste en el conjunto de datos adicionales que se proporcionan sobre la misma información tratada en el texto.

De esta manera, en los textos analizados se encuentran distintos tipos de navegación:

Gráfico 4: Tipos de navegación presentes en los textos con estructura hipertextual



**Fuente: elaboración propia**

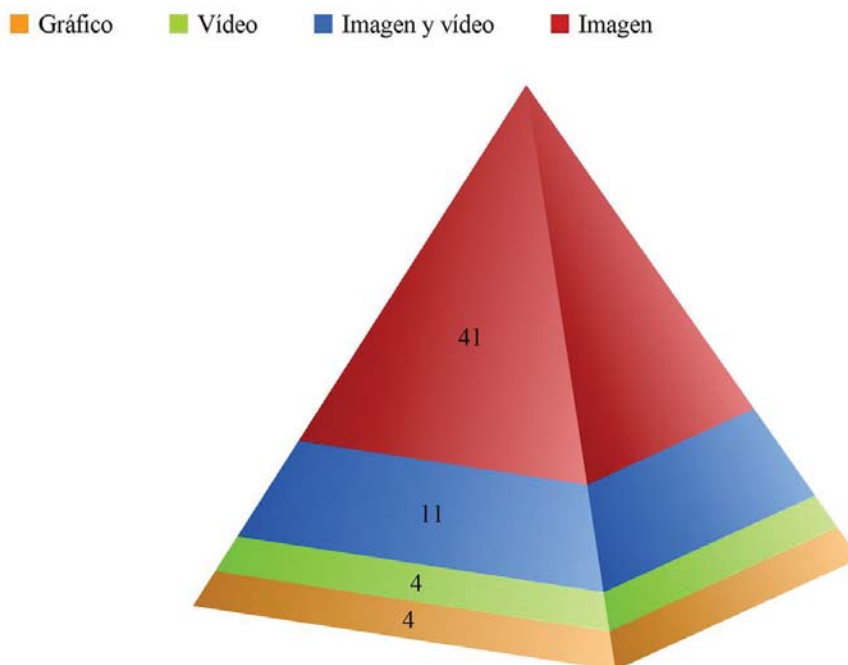
Como se puede observar, 31 de los 60 textos que se analizan en este Trabajo Fin de Grado presentan ambos tipos de navegación en su contenido, mientras que 23 contienen micronavegación únicamente y solamente 6, macronavegación. A pesar de que el nivel de textos analizados de *El País* es superior al de *5W*, en proporción los dos diarios utilizan ambas navegaciones simultáneamente en la misma medida. Los textos que solamente presentan macronavegación pertenecen, en su mayoría, a *5W*, que decide apostar más por la información adicional que *El País*. Este último posee un solo texto con macronavegación, utilizando más la micronavegación en solitario



para redirigir a los usuarios a información relacionada o complementaria del propio medio.

Otro de las características esenciales que definen el Ciberperiodismo es la multimedialidad, que consiste en la integración de diversos medios en un único sistema tecnológico (Díaz Noci, 2008). Los contenidos periodísticos digitales no están formados exclusivamente por un texto, sino que cuentan con diversos elementos tales como imágenes, vídeos o audios, que acompañan al relato escrito, aportando información visual sobre el tema.

Gráfico 5: Número de elementos multimedia presentes en los textos analizados



**Fuente: elaboración propia**

En este caso, el 100% de los textos analizados presenta algún tipo de elemento multimedia. Este gráfico muestra cómo la mayoría de los textos cuentan solamente con la presencia de imágenes en su contenido; además, señala que un alto número combinan el uso de imágenes y vídeo en un mismo texto, que un número muy bajo de ellos incluyen solamente vídeo o gráficos y que ninguno de los textos utiliza el audio como elemento multimedia. Este hecho es muy significativo, puesto que las piezas de

sonido son componentes esenciales del lenguaje audiovisual en el que se basa la comunicación multimedia.

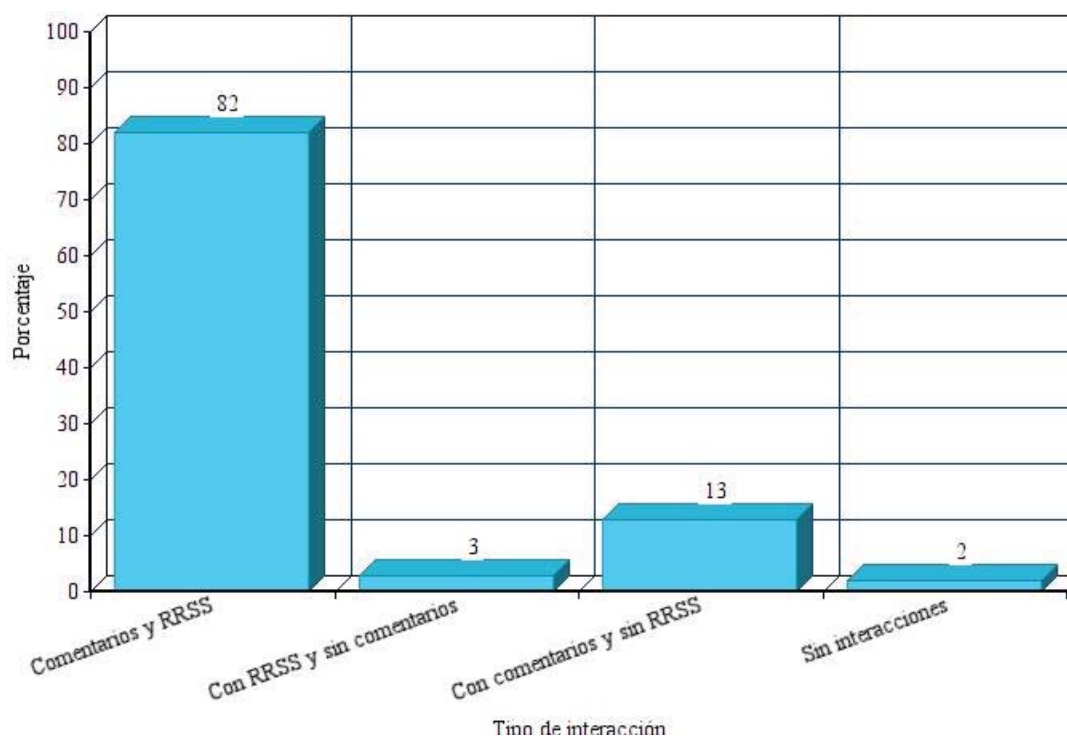
*El País* es el medio que más combinación hace de todos estos elementos, mientras que *5W* emplea en sus reportajes a fondo diversas galerías de imágenes y ningún vídeo, los gráficos los incluye en forma de hipervínculos que redireccionan al usuario a webs externas.

El último rasgo que caracteriza el Periodismo digital es la posibilidad de la interactividad. “La interactividad es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (Rost, 2006: 285). Debido al uso de este elemento en la elaboración de cibercontenidos, el paradigma de la comunicación deja de enfocarse hacia aquella comunicación lineal con un único emisor y un único receptor y se presta toda la atención a la conexión comunicativa multilateral que nace a raíz de este fenómeno.

Aplicando la variable de la interactividad en la presente investigación, se observa que los tipos de interactividad planteados por Rost (2006) se cumplen. Por un lado, se encuentra la interactividad selectiva, la interacción con los contenidos, es decir, los comentarios de los usuarios en los textos; por otro, la interactividad comunicativa, la interacción entre los individuos; y, por último, una combinación de ambas, con los contenidos y entre los usuarios, un concepto que se ajusta a la definición de redes sociales, donde los usuarios comparten las noticias que consideren interesantes y comienzan una relación comunicativa con otros usuarios en X red social.

En el gráfico que se presenta a continuación se pueden observar los tipos de interacción existentes en los textos analizados y en qué medida se da cada uno de ellos:

Gráfico 6: Porcentaje de cada tipo de interactividad existente en los textos analizados



Fuente: elaboración propia

El 82% de los textos analizados contienen tanto comentarios como interacciones en diferentes redes sociales -especialmente Twitter y Facebook-; el 13% presenta comentarios de los usuarios en el espacio habilitado para ello dentro del medio, pero no contiene ninguna interacción en las redes; al 3% les ocurre lo contrario, poseen interactividad en redes sociales, pero carecen de comentarios; y únicamente el 2% no posee ningún tipo de interacción.

#### 4.2.3. El análisis temático y del discurso

Para conocer a fondo la trascendencia de las nuevas narrativas en el sector digital de la información es preciso analizar en base a qué variables se construye la redacción de las mismas y qué criterio se sigue para seleccionar la más adecuada para cada texto.

En el presente epígrafe se estudia la construcción del discurso periodístico en cada uno de los textos analizados, teniendo en cuenta la inclusión de diferentes variables

tales como la temática, la temporalidad de esta, el tipo de lenguaje empleado o el enfoque que se le otorga al tema tratado, entre otras.

Para comenzar el análisis del discurso se debe tener en cuenta la base que lo sustenta, es decir, el tema del que habla el texto. Al tratarse de 60 textos, los temas son muy variados y no resulta posible establecer categorías; sin embargo, pueden señalarse dos temas que sí se repiten en diversas ocasiones en ambos medios analizados: la polémica creada por Donald Trump en cuanto a la inmigración y la Guerra de Siria. Solamente en estructura de reportaje, el primer tema se repite hasta en cuatro ocasiones en menos de un mes, mientras que la Guerra en Siria sale a la luz tres mediante tres enfoques diferentes a lo largo del análisis.

Por otra parte, teniendo en cuenta las secciones donde más cabida tienen los reportajes y textos en profundidad, se observa que los temas más empleados en las nuevas narrativas son de carácter internacional y cultural.

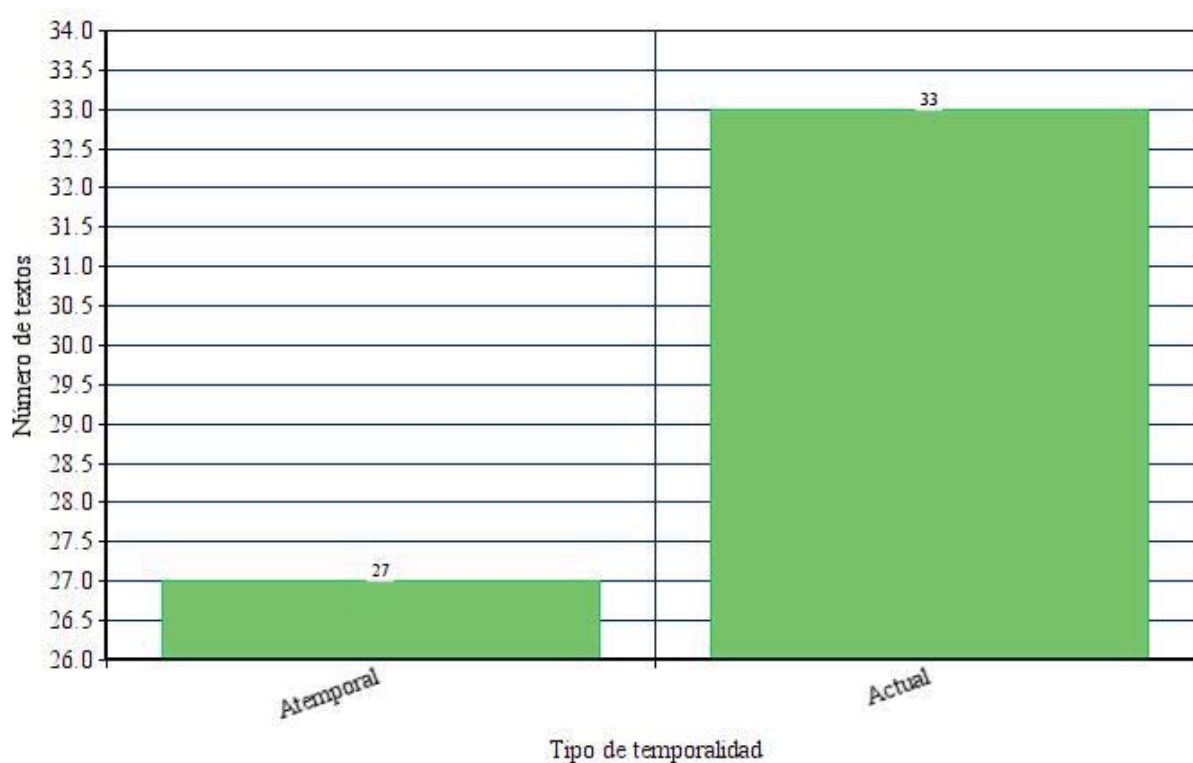
Siguiendo con el análisis del tema, otro componente a tener en cuenta es la temporalidad del mismo. En este caso, esta variable se refiere a la franja de duración de unos hechos y puede darse de dos formas: a través de acontecimientos cuyo desarrollo no abarca una fecha concreta en el tiempo, es decir, contenidos atemporales, y mediante sucesos que poseen ciertos matices de actualidad.

Un ejemplo de tema atemporal puede ser el tratado en uno de los reportajes analizados de *El País*, titulado ‘Los Reyes de los Bosques del Himalaya’ y fechado el 17 de enero de 2017. Dicho artículo relata la vida y las costumbres de una tribu del Himalaya; es considerado un tema atemporal porque su relevancia no se ciñe a un periodo de tiempo cercano, es decir, la historia será igual de interesante hoy que dentro de un año. Por otro lado, un ejemplo de actualidad se encuentra en el reportaje de la *Revista 5W* ‘Las esposas, las esclavas y los hijos del estado islámico’, un texto que trata un tema cuya relevancia pertenece al presente.

Así, en el análisis de los textos de esta investigación se dan ambos tipos de temporalidad temática. De los 60 textos analizados, 33 apuestan por incluir cuestiones de actualidad y 27 se decantan por el tratamiento de aspectos atemporales. Cabe destacar, que aquellos textos cuyo contenido carece de una eventualidad específica

están dotados de una mayor profundidad y contextualización, mientras que los que tratan asuntos más actuales son reportajes más ligeros y breves. No obstante, cabe señalar que, independientemente de su actualidad o atemporalidad, los textos pertenecientes a *5W* son más extensos y profundos que los de *El País*, tal y como reflejan diversas variables analizadas más adelante.

*Gráfico 7: Temporalidad temática reflejada en los textos estudiados*



**Fuente: elaboración propia**

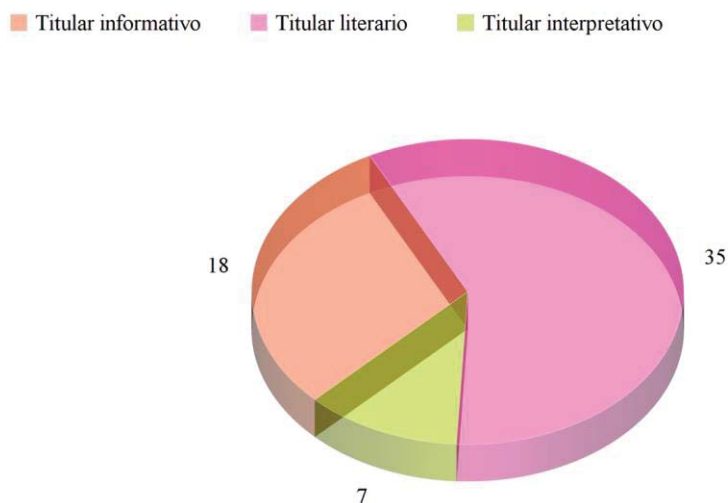
A partir de este momento, se analiza más explícitamente la estructura redaccional del texto, aquello que define la narrativa que presenta. En primer lugar, se tiene en cuenta el tipo de titular: si es puramente informativo y recoge los datos esenciales del acontecimiento o si, por el contrario, posee una construcción literaria. En el último caso, el periodista encargado de redactar este contenido emplea juegos de palabras, recursos literarios o disposiciones gramaticales más complejas que dotan al titular de

un ritmo diferente al informativo. Así, un titular literario podría definirse como ‘reportajeado’, un titular corto, cuya intención es crear curiosidad y llamar la atención.

En algunos casos, no resulta del todo fácil detectar con exactitud cuál es la naturaleza de un titular, puesto que es habitual que se combine el estilo informativo con los recursos de la literatura para dar lugar a un título híbrido: un título interpretativo que mezcla lo informativo con lo literario. Por esta razón, en la presente investigación se añade una tercera variable que representa a aquellos titulares que no se identifican del todo con lo informativo, pero tampoco con lo literario.

Tal y como se expone en las definiciones de las variables de la tabla de análisis un ejemplo de titular literario es ‘Los rastreadores de catástrofes’ y uno de titular informativo ‘La crisis se cebó con los hogares jóvenes y respeto a los mayores’, rescatados ambos de dos reportajes de *El País*, mientras que un titular interpretativo podría ser ‘El testimonio de la persecución nazi encontrado en un mercadillo francés’, perteneciente a un reportaje cultural también del *El País*.

*Gráfico 8: Naturaleza gramatical de los titulares presentes en los textos*



**Fuente: elaboración propia**

Como puede observarse, la mayor parte de los titulares son literarios, una proporción de ellos son informativos y una minoría poseen mezcla de ambos estilos. El hecho de que algunos titulares posean una naturaleza informativa no quiere decir que el contenido del texto tenga que ser necesariamente igual, en todos los casos analizados el lenguaje empleado en la redacción del texto posee diversos matices que le alejan de la información pura y le conducen a ese rango de nueva narrativa, a pesar de que su titular sea informativo. En el caso de los titulares que comparten elementos informativos y literarios, ocurre lo mismo. Además, es preciso señalar que ambos tipos de titulares aparecen con la misma asiduidad en un medio de comunicación y en otro.

A raíz de la naturaleza gramatical de los titulares, cabe comenzar a hablar del primer elemento que conforma el cuerpo del texto: el lenguaje. Al igual que ocurre con los titulares, los lenguajes empleados también pueden ser informativos, literarios o una mezcla de los dos. Que el lenguaje empleado en un texto sea informativo, no quiere decir que este no posea algunos ingredientes en otras variables que le permitan formar parte de las nuevas narrativas digitales, puesto que todos los textos, como ya se ha dicho, contienen características que les convierten automáticamente en miembros de esa familia narrativa recién surgida.

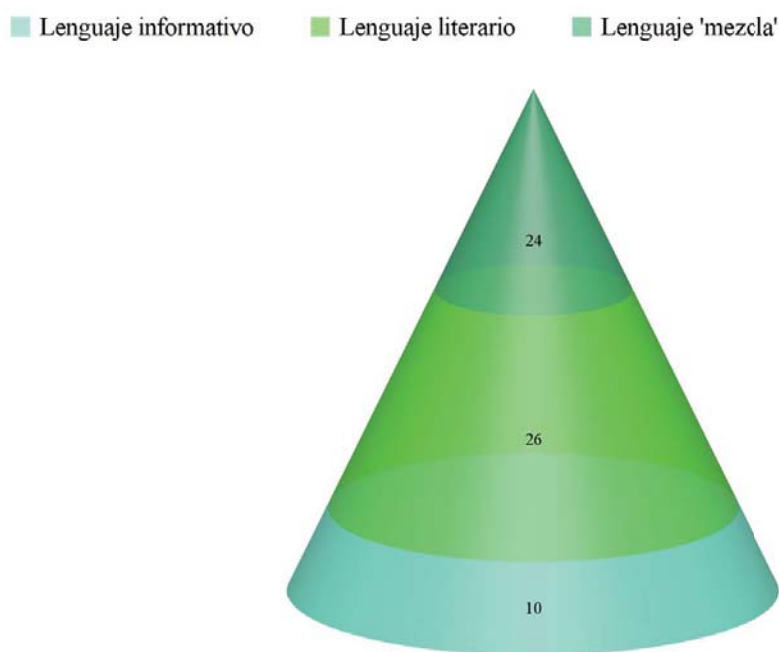
El siguiente fragmento extraído de un reportaje sobre unos satélites enviados por la ONU al espacio para detectar desajustes sociales, especialmente en la zona de Siria y alrededores, muestra cómo es un lenguaje informativo: “A través de UNOSAT, un programa que ofrece y analiza imágenes por satélite, la agencia de la ONU ha localizado “1.535 probables refugios” en la frontera sirio-jordana, lo que supone un incremento de un 13% desde la última imagen de satélite disponible, el 12 de noviembre, y el primer aumento desde julio de 2016”.

El lenguaje literario, en cambio, queda ejemplificado en esta parte de un texto extraído de la *Revista 5W*: “Es mediodía, el sol pega con una fuerza descomunal y todos, centenares, cavan como si no hubiera un mañana. Llevan haciéndolo desde las cinco de la mañana y no soltarán la pala antes de las dos de la tarde. Se sorprenden al ver a los intrusos, aunque muchos ni siquiera saben que la forma en que trabajan es ilegal”. Por último, un ejemplo de lenguaje interpretativo es el siguiente: “Detectives y superhéroes, principalmente, parecen ser cada vez más una notable excepción a esta

regla. El Hércules Poirot de Agatha Christie, el James Bond de Ian Fleming, el Philip Marlowe de Raymond Chandler o el Sherlock Holmes de Conan Doyle han seguido enfrentando nuevos casos sin sus autores originales. A esta lista se suman, tal y como ha anunciado este mes la editorial Planeta, dos singulares barceloneses: el detective Pepe Carvalho volverá en 2018, y el inspector Ricardo Méndez esta primavera en una precuela que firma Victoria González, hija del autor original, Francisco González Ledesma”, como puede apreciarse, este fragmento combina ambos lenguajes.

De esta manera, en el siguiente gráfico se presenta de manera visual el análisis del lenguaje empleado en los 60 textos analizados en este Trabajo Fin de Grado:

*Gráfico 9: Lenguaje empleado en la redacción de los textos*



**Fuente: elaboración propia**

Dentro del lenguaje empleado en los textos que conforman este análisis, se pueden distinguir diferentes piezas que le caracterizan de una forma u otra, tales como las descripciones detalladas, los detalles humanos o el uso, o no, de una estructura



reportajeada. Este conjunto de variables pertenecientes al discurso del contenido, resultan indispensables a la hora de considerar si un texto posee o no la condición de nueva narrativa.

El lenguaje literario se posiciona como el más empleado en la redacción de los textos analizados; sin embargo, le sigue muy de cerca la combinación de ambos lenguajes, un hecho que se explica al observar que en una gran parte de los textos se incluyen datos estadísticos o gráficos, es decir, aclaraciones puramente informativas que explican y contextualizan a un hecho concreto. A pesar de que el resto del texto pueda poseer un desarrollo narrativo literario, este tipo de detalles le otorgan un pequeño matiz de información pura. El lenguaje informativo es el menos empleado, puesto que, al tratarse de reportajes, con mayor o menor profundidad, los periodistas tienen la oportunidad de extenderse algo más que en las noticias, de innovar con el lenguaje y de incrementar su lado artístico a través de la escritura. Aun así, sigue habiendo un gran número de textos que cuentan con un lenguaje puramente informativo.

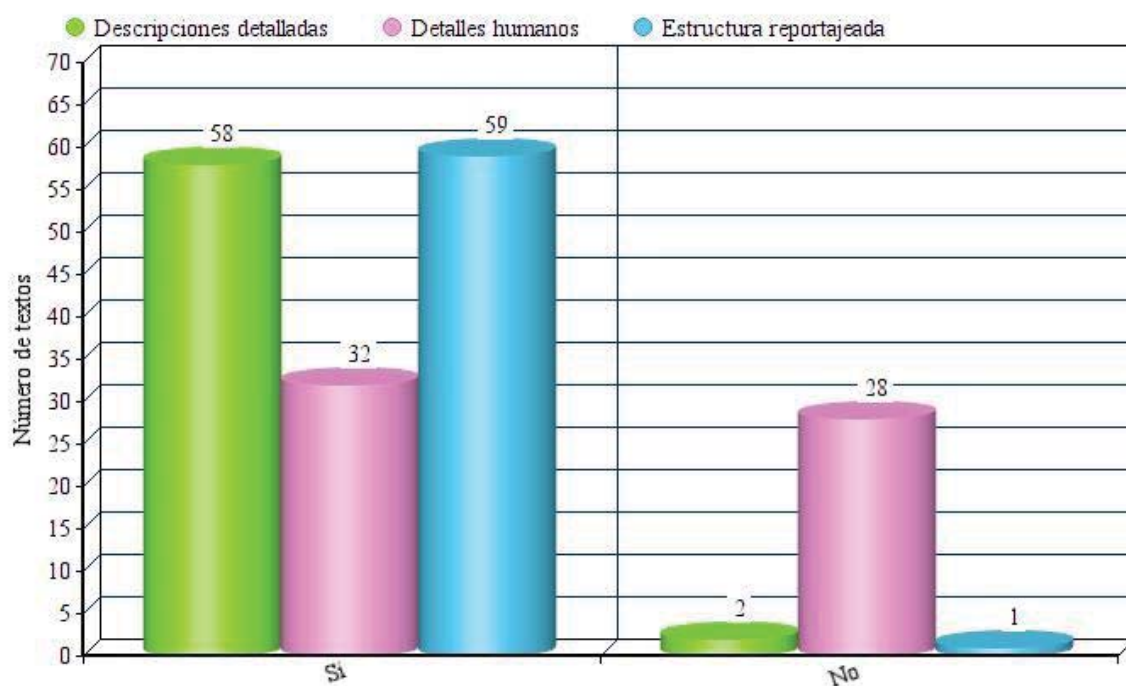
Las descripciones detalladas, como se ha explicado anteriormente, consisten en una explicación precisa y minuciosa de unos hechos y, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico, 58 de los 60 textos incluyen este tipo de descripciones en su contenido, mientras que solamente 2 prefieren emplear una exposición más superficial de lo acontecido. Por su parte, los detalles humanos son circunstancias pertenecientes a un acontecimiento que afectan a una persona o a un colectivo y que traen consigo una serie de consecuencias personales para ellos. 32 textos poseen detalles humanos y 28 carecen de ellos, lo que no quiere decir que los hechos tratados en esos 28 artículos no presenten consecuencias humanas, sino que simplemente el periodista no ha considerado necesario hacerse eco de ellas en ese texto concreto.

Este fragmento de un reportaje sobre la inmigración mexicana debido a la llegada de Trump a la Casa Blanca alberga tanto descripciones detalladas, como detalles humanos o historias de vida, ejemplificando la explicación de estas variables dada con anterioridad en la tabla de análisis: “Fragoso, de 56 años, sólo carga una arpillera con sus identificaciones y algunos salmos de la Biblia, así como una pequeña bolsa color fucsia que le dieron las autoridades mexicanas con información sobre su regreso. Es todo lo que trae. Estuvo detenido seis meses, aunque su condena era de 75 días.

Primero en Paso del Norte y en Sierra Blanca, en la frontera entre, Texas, Chihuahua, después en Otero, Nuevo México.”

Por último, la estructura reportajeada se da en el 99% de los textos; sin embargo, uno de ellos no cuenta con dicha disposición tal cual, pero es considerado igualmente un reportaje porque cumple con la mayoría de características que definen este género.

Gráfico 10: Frecuencia de aparición de las variables que definen el discurso



**Fuente: elaboración propia**

Para terminar con el análisis de resultados de la temática y el discurso, se analiza el posible enfoque que se le concede a los múltiples temas sobre los que tratan los textos. Dicho enfoque se refiere a la forma en la que se valoran los acontecimientos según el modo en el que surgen y según las consecuencias que traen consigo.

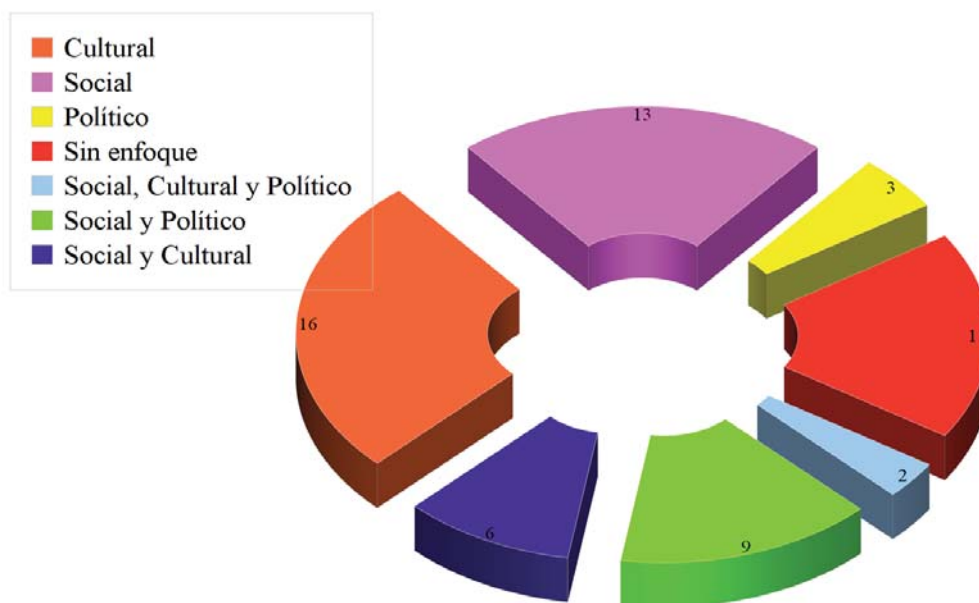
En esta investigación se plantean tres posibles enfoques de los hechos: enfoque social, enfoque cultural y enfoque político. Esta distinción no quiere decir que no existan más tipos de enfoques,

sino que en este Trabajo Fin de Grado se ha decidido darle prioridad a los tres enfoques más básicos y que más salen a la luz.

Cada enfoque explica sobre qué base se origina un tema susceptible de ser reportajeado. Para explicar con mayor precisión los enfoques, se toma como ejemplo uno de los temas más dotados de actualidad: la Guerra de Siria. El enfoque social que le otorga a este tema concreto es la explicación de las circunstancias personales que envuelven a los afectados inocentes por el conflicto; el enfoque cultural en este caso el choque cultural entre oriente y occidente a la hora de explicar lo que está ocurriendo o la tensión establecida entre ambas culturas como consecuencia directa de la expansión del problema a occidente; el enfoque político, por último, se da cuando el tratamiento de este tema en los medios está dirigido a hablar del Gobierno Sirio, la oposición y los grupos de rebeldes.

Un mismo tema puede contener los tres enfoques, solamente uno o dos de ellos o ninguno. A continuación, mediante un gráfico se explica el número de textos que poseen, o no, un determinado enfoque:

*Gráfico 11: Tipos de enfoques empleados*



**Fuente: elaboración propia**

En primer lugar, resulta preciso aclarar que aquellos textos pertenecientes a la categoría ‘sin enfoque’ no carecen de él, sino que no se ajustan a los estratos planteados en esta investigación, tal y como se explica con anterioridad. Bien es cierto, que algunos de ellos no presentan ningún tipo de enfoque, pero otros, en cambio, se orientan hacia la economía y otros sectores.

Una vez realizada tal puntualización, en el gráfico se puede percibir que el enfoque más empleado es el cultural, algo que puede explicarse si se tiene en cuenta que la sección ‘cultura’ es la segunda más destacada de esta investigación. En segundo lugar se encuentran los enfoques sociales, que también presentan una cifra muy alta, seguidos de aquellos textos que no tienen enfoque o que sí lo tienen pero no se ajusta a lo analizado en el presente trabajo, siendo los enfoques políticos los que menos destacan entre los textos analizados. Además, se pueden diferenciar tres combinaciones diferentes de enfoques: social y político, dentro de 9 textos; social político y cultural, únicamente encontrado en 1 texto; y cultural y social, presente en 6 de ellos. Como puede apreciarse, no resulta descabellado encontrar diversos enfoques sobre un mismo tema en un mismo texto.

#### **4.2.4. Los rasgos del Nuevo Periodismo**

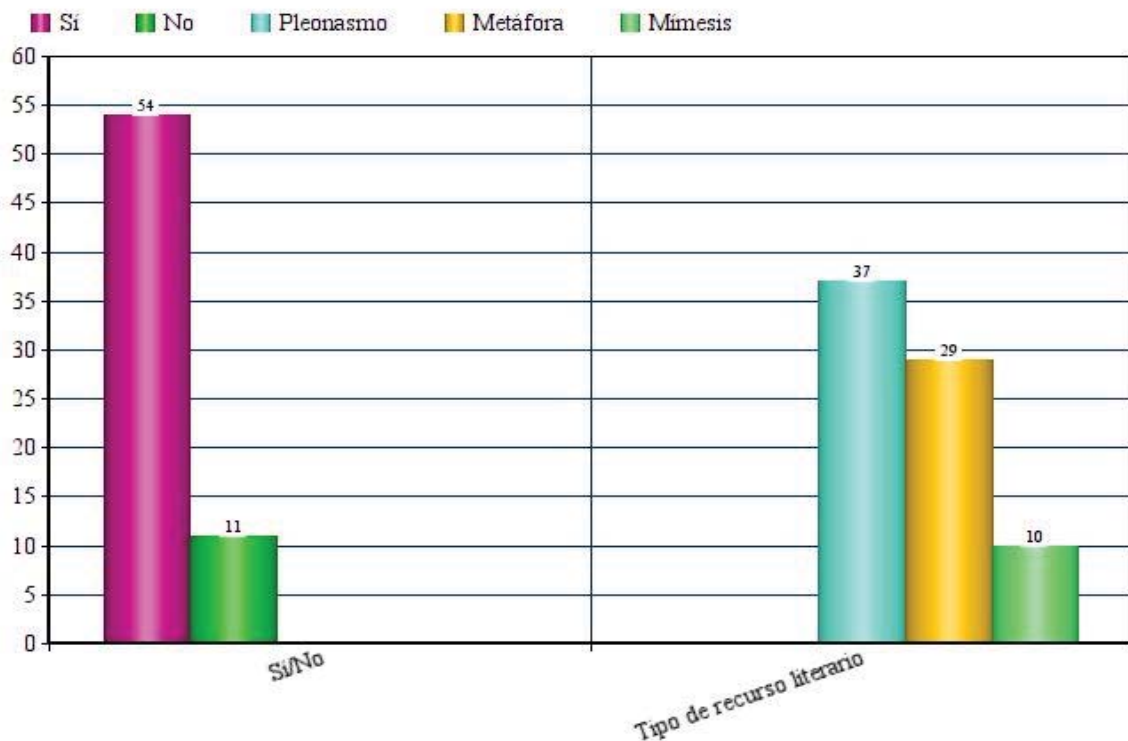
Actualmente, el Periodismo digital busca diferenciarse del periodismo tradicional y hacerse un hueco dentro del panorama de la comunicación mediante el uso de diferentes recursos, tal y como se explica en capítulos anteriores del presente Trabajo Fin de Grado. Los recursos analizados en este capítulo pertenecen a estructuras narrativas empleadas en el Nuevo Periodismo, uno de los movimientos periodísticos más importantes en la Norteamérica de los años 60 que ha supuesto una etapa de esplendor dentro de la profesión.

El Nuevo Periodismo renueva las técnicas de redacción y las estructuras narrativas hasta el momento conocidas y se consagra como una corriente del todo novedosa en su momento. A día de hoy, se sigue considerando esta tendencia un referente periodístico en cuanto a la redacción y la prensa escrita está rescatando su estilo, añadiéndole nuevos componentes, con el objetivo de diferenciarse de otros medios de comunicación. En el análisis de esta última variable se pretende analizar si realmente

las características propias del Nuevo Periodismo se siguen empleando a la hora de redactar contenidos y con qué frecuencia se dan en los textos del soporte digital. Estas características son: uso de recursos literarios, historia novelada, dimensión contextualizadora, descripciones detalladas, detalles en profundidad, personajes, diálogos, tipografía y posición relevante o irrelevante del periodista.

La recuperación de esta corriente supone el uso de diferentes rasgos propios de ella que esta investigación ha convertido en variables a analizar. Las nuevas narrativas digitales se caracterizan por poseer una profundidad y una extensión más densas y alejarse de la brevedad típica; por esta razón, la primera de dichas variables se trata del empleo de recursos literarios en los relatos periodísticos, algo muy significativo del Nuevo Periodismo. Es decir, se aplican al Periodismo las técnicas de escritura propias de la literatura con el objeto de darle al texto un matiz diferenciador.

*Gráfico 12: Uso de recursos literarios en la construcción del discurso periodístico y tipos*



**Fuente: elaboración propia**

En el gráfico que se muestra anteriormente, se puede ver qué cantidad de textos se valen o no de recursos literarios para construir su discurso, así como el tipo de recursos que más se utilizan en los 60 textos analizados. 54 textos se decantan por emplear recursos literarios a la hora de redactar, mientras que 11 no acuden a esta técnica. Dentro de esos 54 que sí usan recursos literarios, en 37 se pueden apreciar pleonasmos, un método literario que consiste en añadir a una frase más palabras de las necesarias, cayendo en la redundancia, para añadirle expresividad; en 29, metáforas, empleadas para definir una palabra mediante la comparación con otra con la que mantiene relación por analogía; y en 10 mimesis, que se trata de la imitación de la naturaleza a través de la palabra.

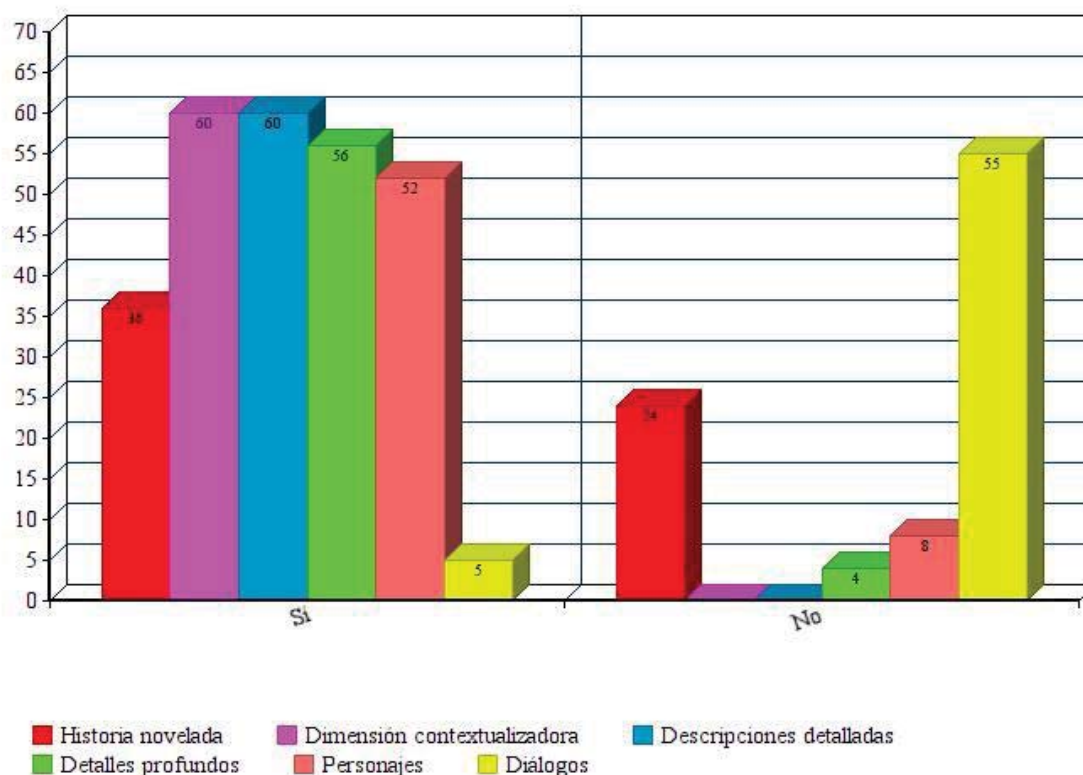
El uso de recursos literarios no es la única característica propia del Nuevo Periodismo heredada por las narrativas digitales, existe además otro conjunto de elementos como la historia novelada, la dimensión contextualizadora del contenido, las descripciones detalladas, los detalles profundos, la aparición de personajes o el uso de diálogos que dota a este tipo de textos de un halo narrativo propio de una novela y no tanto de un relato periodístico. La aplicación de estos rasgos en las estructuras redaccionales permite al periodismo digital cumplir con su objetivo de renovarse para ofrecer a los usuarios una lectura informativa diferenciada.

La mayor parte de textos analizados en la presente investigación recurren al uso de estos rasgos propios del Nuevo Periodismo para narrar los hechos que tratan, tal y como se muestra en el siguiente gráfico. La comparativa entre los artículos que desarrollan la historia de una forma novelada y aquellos que no lo hacen no es desproporcionada en relación con otros elementos, siendo 36 el total de escritos con historia novelada y 24 con historia no novelada; sin embargo, puede observarse que el 100% de los contenidos cuentan con una dimensión contextualizadora y con descripciones detalladas, una equiparación que no muestra ningún tipo de equilibrio.

La cifra de reportajes que contienen detalles profundos en sus explicaciones es superior a la de aquellos que prefieren abstenerse de profundizar: 56 textos con detalles profundos frente a 4 sin ellos. En cuanto a la aparición de personajes, cabe destacar que la mayoría de los textos, concretamente 52, incluyen personajes en sus relatos, puesto que otorgan al texto una visión más profunda y detallada del tema tratado. Frente a esta cifra, se encuentra 8 textos que no emplean protagonistas en el

desarrollo de su historia. No obstante, pese a la clara superioridad del número de artículos con personajes, el uso de diálogos no se ha popularizado tanto y únicamente se da en 5 de los 60 textos analizados.

Gráfico 13: Número de textos con rasgos propios del Nuevo Periodismo



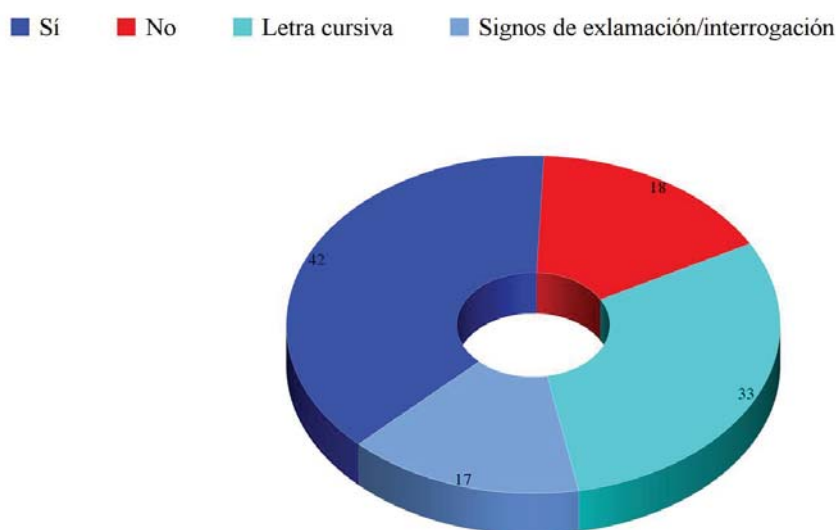
Fuente: elaboración propia

Cada vez es más habitual encontrar en los contenidos digitales un acontecimiento redactado de manera novelada con todo tipo de detalles y descripciones que contextualizan unos hechos llevados a cabo por determinados protagonistas que viven de cerca lo ocurrido y plasman su experiencia mediante el periodismo.

En el Nuevo Periodismo el uso del conjunto de recursos anteriormente citados es tan frecuente como el empleo de un estilo tipográfico específico que diferencie de alguna forma la escritura propia del periodismo puramente informativo con la de esta nueva tendencia. Por tipografía se entiende el método de elección de letras o símbolos propio de una escritura concreta, mediante esta definición se puede deducir que el Nuevo

Periodismo, además de poseer características relacionadas con la estructura narrativa, también se diferencia de otros movimientos periodísticos debido a la peculiar apariencia de las palabras o expresiones que utiliza, es decir, posee un estilo tipográfico propio.

*Gráfico 14: Número de textos con tipografía propia del Nuevo Periodismo y elementos tipográficos más destacados*



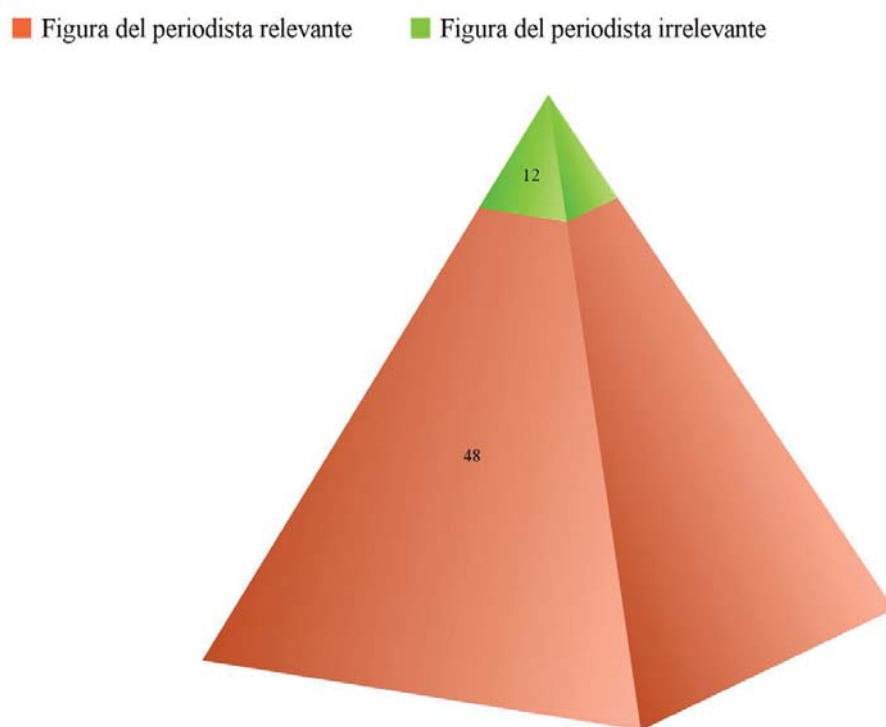
**Fuente: elaboración propia**

En primer lugar, es necesario aclarar que los recursos tipográficos más empleados en el Nuevo Periodismo son las letras cursivas y los signos de exclamación e interrogación, que confieren al texto un ritmo de lectura propio de una novela. Por esta razón, en la presente investigación solamente se ha analizado el uso de dichos elementos tipográficos en textos digitales. El sector rojo de este gráfico muestra que 18 textos no presentan una tipografía de Nuevo Periodismo; el sector azul oscuro, en cambio, recoge que 42 textos sí la presentan y que, dentro de esa cifra, 33 contienen letras cursivas y 17 signos de exclamación o interrogación. Por tanto, puede decirse que la mayoría de los textos sí recurren a la tipografía propia del Nuevo Periodismo para elaborar sus contenidos.



La última variable a analizar dentro de los rasgos del Nuevo Periodismo se considera una de las más relevantes. En capítulos anteriores, se explica que la labor del periodista como observador de la realidad y narrador durante el auge del Nuevo Periodismo es esencial, pues es el encargado de redactar, pero también de salir a buscar los datos necesarios para dar respuesta a los hechos, contextualizarlos, otorgarles unos antecedentes y unas consecuencias. Teniendo en cuenta la importancia que presenta la figura del periodista en el Nuevo Periodismo, se considera fundamental analizar si su labor dentro de las nuevas narrativas digitales es relevante o si, por el contrario, el periodista no demuestra una implicación profunda en la elaboración del contenido.

*Gráfico 15: Posición relevante o irrelevante del autor del texto en la elaboración del mismo*



**Fuente: elaboración propia**

Como puede apreciarse, en 48 de los 60 textos analizados el periodista realiza una labor completa y adquiere una posición relevante en la elaboración del contenido y únicamente en 12 se considera que el periodista no se implica todo lo que debería en la investigación, el análisis, la contextualización y la redacción de los acontecimientos. Este hecho, no quiere decir que la figura del periodista sea prescindible, sino que no se muestra tan implicado con un determinado asunto. Así, puede afirmarse que, en general, el periodista se consagra como una figura comprometida con el tema tratado, así como con sus consecuencias y múltiples contextos.

Para finalizar el análisis, cabe destacar que esta última variable posee un matiz interpretativo, pues en algunos textos se aprecia a simple vista que el profesional ha estado implicado de principio a fin en la redacción y contextualización de los hechos, pero en otros contenidos la redacción, a pesar de contar con rasgos propios de las nuevas narrativas digitales, es demasiado superficial y escasa como para considerar que el periodista se ha involucrado de la misma manera que se hace en el Nuevo Periodismo.

Por ejemplo, en el reportaje ‘Eslovaquia: un muro para apartar a los gitanos’ de *Revista 5W* se refleja que el periodista vivió en primera persona los hechos que narra, algo que puede apreciarse en multitud de elementos como las descripciones detalladas del lugar y de los acontecimientos; en este caso, el periodista es relevante porque él mismo es quien está buscando esa historia, recogiendo los datos necesarios para construir el discurso. Por otro lado, en otros artículos como ‘Túneles, la última locura de Elon Musk’, el periodista se limita a contrastar unos datos que le son proporcionados o que no le han supuesto trasladarse al lugar de los hechos ni indagar en la vida del protagonista para conseguirlos; por tanto, su posición es “irrelevante”, es decir, este reportaje cuenta una historia que ya está construida y que no requiere tanta implicación de la figura del periodista como el anterior.

## 5. CONCLUSIONES

El trabajo de campo realizado en la presente investigación, así como la información recogida en el marco teórico permiten confirmar que se ha cumplido el objetivo de determinar si el Nuevo Periodismo está presente en las narrativas digitales y de profundizar en la importancia que presentan los elementos multimedia y los rasgos literarios de este movimiento en los formatos narrativos actuales. En relación a este último aspecto, también han podido comprobarse las diferencias que presentan los diarios impresos tradicionales y los nativos digitales en cuanto al uso de ambos componentes, un hecho que se explica a través de las conclusiones.

Así, a partir de los objetivos, preguntas e hipótesis planteados para llevar a cabo la investigación se establecen una serie de conclusiones que permiten ratificar o refutar dichas hipótesis iniciales.

**Hipótesis 1:** el Nuevo Periodismo está presente en las nuevas narrativas digitales a través de la profundización y los rasgos literarios aplicados en la redacción de los hechos. VALIDADA

A lo largo de la presente investigación, se ha repetido en numerosas ocasiones la necesidad de cambio y reinención que posee el Periodismo. En la actualidad, dicho cambio viene dado por las posibilidades que proporciona el soporte digital; sin embargo, a la hora de construir el discurso, las narrativas digitales recuperan la influencia de una corriente surgida en los años 60: el Nuevo Periodismo

El elemento que muestra que el Nuevo Periodismo se consolida como un recurso redaccional de las narrativas *online* es el empleo de unos rasgos literarios tales como el lenguaje, las descripciones detalladas, los detalles profundos, la contextualización de los hechos, los protagonistas de historias o los diálogos, entre otros. El estudio realizado demuestra que la mayor parte de los textos periodísticos analizados están compuestos por este conjunto de factores. Por ejemplo, el uso de recursos literarios se repite en 54 de los 60 textos analizados; las descripciones detalladas y la dimensión contextualizadora en todos; y los detalles profundos y la aparición de protagonistas en 56 y 52 textos respectivamente.

Actualmente, los diarios apuestan por frenar, en parte, los incesantes flujos de información y concederle a esta una dimensión interpretativa basada en la contextualización y la profundización, con el fin de crear un contenido completo, que no solamente incluya los datos más relevantes, sino que los aclare, que explique sus causas, su desarrollo y sus posibles consecuencias, todo ello empleando un lenguaje y unos rasgos literarios heredados del Nuevo Periodismo. Es decir, se plantea la calidad de los contenidos frente a la cantidad de los mismos. Este hecho se encuentra corroborado por la Revista 5W, una publicación en la que impera no tanto la cantidad de artículos que incluye en su plataforma y sí la calidad de la información que contienen.

**Hipótesis 2:** los recursos literarios, propios del Nuevo Periodismo, así como los elementos multimedia son dos componentes esenciales en la construcción de los reportajes digitales actuales. VALIDADA

Las nuevas narrativas digitales no consisten únicamente en la aplicación de disposiciones redaccionales novedosas, sino que tratan de consolidarse como estructuras que combinen elementos propios del Ciberperiodismo, tales como el hipertexto o los elementos multimedia, con una escritura caracterizada por la profundización, la contextualización, los recursos literarios y todos los matices que conllevan.

Por tanto, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el análisis llevado a cabo, puede afirmarse que todos los reportajes digitales pertenecientes a la muestra incluyen contenidos en diferentes formatos multimedia como audios, vídeos, gráficos o imágenes, siendo estas últimas el elemento más abundante. Asimismo, también están presentes los recursos literarios en 54 artículos. Estos resultados permiten determinar que los dos componentes, combinados en la mayoría de los casos, son básicos en los reportajes digitales actuales.

En relación a la hipótesis anterior, se plantea la siguiente subhipótesis, que queda igualmente validada y posibilita cumplir el objetivo de conocer las diferencias

existentes entre las nuevas narrativas aplicadas en un diario tradicional y en uno nativo digital.

**Subhipótesis 2:** los rasgos del Nuevo Periodismo son más comunes en los reportajes de 5W que en los de El País, mientras que la variedad de elementos multimedia es más significativa en este último diario.

#### VALIDADA

Ambas publicaciones presentan en sus contenidos un estilo literario y emplean recursos del Ciberperiodismo para dotarlos del ritmo específico de las nuevas narrativas. Sin embargo, el análisis realizado indica que la *Revista 5W* recurre con más asiduidad que *El País* al empleo de recursos literarios y otros elementos propios del Nuevo Periodismo, como la dimensión contextualizadora, el formato de historia novelada, los diálogos, los personajes, el estilo tipográfico y los detalles humanos o historias de vida. Sus contenidos poseen una mayor profundidad, contextualización y extensión, por lo que puede deducirse que la elaboración de los mismos requiere más tiempo que la de los artículos de *El País* que, aunque posea características similares, son más breves y menos concretos en alguna ocasión. Además, la técnica y expresiones empleadas en la escritura más que del Periodismo, son propias de historias noveladas: pondera la estructura narrativa de los acontecimientos por encima de la informativa.

En cambio, es en los contenidos de *El País* donde se observa una mayor variedad de elementos multimedia. Mientras que en *5W* se muestra una clara disposición a incluir imágenes que completen la información del texto, el diario generalista recurre en repetidas ocasiones al uso de estas, pero también de vídeos y gráficos explicativos. Estos tres elementos se combinan de manera diferente en los textos, es decir, en un mismo texto puede haber tanto imágenes como vídeos y gráficos acompañando a la información; puede haber imagen, vídeo o gráfico solamente; o pueden aparecer mezclados: imagen con vídeo, vídeo con gráfico, e imagen con gráfico.

El diario nativo digital apuesta desde un principio por un Periodismo basado en lecturas profundas, que acerque al lector la contextualización detallada de un hecho concreto y le sumerja en una lectura diferente a la propuesta tradicionalmente por los diarios convencionales; por otro lado, el medio tradicional continua inmerso en los

incesantes flujos informativos que caracterizan el Periodismo, aunque es cierto que se vale cada vez más de las nuevas narrativas para construir su discurso. La presentación de los contenidos a través de múltiples formatos resulta fundamental en *El País*.

**Hipótesis 3:** la principal sección de El País en la que más presente están los rasgos del Nuevo Periodismo es Cultura, por tanto, la temática que más se añade al género del reportaje es la cultural. REFUTADA

Previamente a la realización del análisis, se consideró la sección Cultura como la principal sección en la que se encontrarían reportajes en profundidad, puesto que en ella no se recogen tantas noticias de actualidad como en otras secciones. Es cierto que esta sección es la segunda, después de Internacional, que más reportajes contiene, pero no es la única. Tras realizar un primer análisis sistemático, se encuentran este tipo de contenidos en 13 secciones diferentes del diario, en unas con mayor frecuencia que en otras.

Por tanto, queda refutada la predicción de que los reportajes en profundidad únicamente poseen una temática cultural. Como se puede comprobar en la presente investigación, estos contenidos presentan temáticas variadas incluidas en secciones muy dispares del medio.

El presente Trabajo Fin de Grado finaliza aquí teniendo en cuenta las limitaciones halladas en el desarrollo de la investigación. Dichas dificultades están especialmente relacionadas con la recogida de información en los medios a analizar debido a que, inicialmente, se había planteado un medio nativo digital diferentes que no pudo ser elegido, ya que no se permitía el acceso a su hemeroteca a aquellos usuarios que no fuesen socios de pago. Finalmente, se pudo elegir a tiempo un medio digital que se adaptaba adecuadamente a las exigencias planteadas por el análisis a realizar y pudo llevarse a cabo la investigación y validarse los resultados obtenidos.

Las futuras líneas de investigación pueden encontrar en este trabajo un punto de partida que aborde en profundidad este Nuevo Periodismo que se asienta en las narrativas digitales, así como los elementos propios del soporte digital que las completan y las orientan hacia el nuevo soporte. Asimismo, en estudios posteriores sería conveniente adaptar esta investigación a otros géneros periodísticos y no acotar

los resultados obtenidos únicamente a los reportajes digitales con el objeto de extraer unos resultados y conclusiones más amplios y detallados que permitan profundizar en la evolución y el avance del nuevo periodismo digital.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁLVAREZ DE ARMAS, O. (2008). “Ciberperiodismo y posmodernidad”. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, n.º 36, págs. 97-104.
- ARDÈVOL-ABREU, A. (2015). “Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 70, págs. 423-450.
- ARUGUETE, N. (2016). “Agenda Setting y Framing: un debate teórico inconcluso”. *Más poder local*, n.º 30, págs. 36-42.
- BARRANQUERO, A. (2013). “Slow media. Comunicación, Cambio Social y Sostenibilidad en la Era del Torrente Mediático”. *Palabra Clave – Revista de Comunicación*, vol. 16, n.º 2, págs. 419-448.
- BERELSON, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Illinois: Free Press.
- BERNERS-LEE, T. (2000). *Tejiendo en la red. El Inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: siglo XXI.
- BLANCO ALFONSO, I. Y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, P. (Coords.). (2011): *Entre la ficción y la realidad: perspectivas sobre periodismo y literatura*. Madrid: Fragua.
- BOYNTON, R.S. (2015): *El Nuevo Periodismo: conversaciones sobre el oficio con los mejores escritores estadounidenses*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- BONANO, M. (2014). “Tendencias del periodismo narrativo actual: las nuevas formas de contar historias en revistas y cronistas latinoamericanos de hoy”. *Question*, vol. 1, n.º 43, págs. 40-50.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- DE MELO CARDOSOS, P., TÁZIA, A. & GALLO, P. (2014). *La comunicación integrada y la narrativa transmedia*. IV Congreso Internacional de la Asociación española de Investigación en Comunicación. Bilbao. Págs. 154-160. 21-24 enero.
- DÍAZ NOCI, J. & SALAVERRIA, R. (Coords.) (2003). *Manual de redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- DÍAZ NOCI, J. (2004). *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital. Santiago de Compostela. Págs. 1-26. 29-30 noviembre.
- DÍAZ NOCI, J. (2008). “Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital”. *Doxa comunicación*, n.º 6, págs. 53-91.
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). Consultado en <http://www.rae.es/>.



- DOMÍNGUEZ QUINTAS, S. & DOVAL AVENDAÑO, M. (2013). “La necesaria transformación de los géneros del papel al ciberperiodismo”. *Historia y Comunicación Social*, vol. 18, n.º Especial Diciembre, págs.187-197.
- FARÍAS DE ESTANY, J. & PRIETO, C. (2009). “Ciberperiodismo: hacia un modelo de producción de contenidos en el ciberespacio”. *Quorum Académico*, vol. 6, n.º 1, págs. 11-37.
- GIMÉNEZ ARMENTIA, P. (2006). Una nueva visión del proceso comunicativo: la teoría del Enfoque (Framing). *Comunicación y hombre: revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades*, n.º 2, págs. 55-68.
- GITLIN, T. (2005). *Enfermos de información: de cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
- GUTIÉRREZ CARBAJO, F. (2007). *Novelistas en la prensa: del “Nuevo Periodismo” a las nuevas tecnologías*. XVI Congreso Internacional de Hispanitas: nuevos caminos del hispanismo. París. Págs. 162-169. 9-13 julio.
- HERRSCHER, R. (2012). *Periodismo narrativo: cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- IGARTUA, J.J. & HUMANES, M.L. (2011). “El método científico aplicado a la investigación en comunicación social”. *Portal de la comunicación InCom-UAB*. Consultado en <http://www.portalcomunicacion.net/>
- ILARA HORTAL, P. (2013). “Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 20, n.º 1, págs. 147-158.
- KRIPPENDORFF, K. (1900). *Métodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- LÓPEZ, G. (2003). “Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica”. En DIAZ NOCI, J. & SALAVERRIA, R. (Coords.). *Manual de redacción Ciberperiodística (449-494)*. Barcelona: Ariel.
- LÓPEZ, G. (2015). *Periodismo Digital. Redes, audiencias y modelos de negocio*. Salamanca: Comunicación Social.
- LÓPEZ NOGUERO, F. (2002). “El análisis de contenido como método de investigación”. *Revista de Educación Universidad de Huelva*, vol. 21, n.º 4, págs. 167-179.
- OFICINA DE LA JUSTIFICACIÓN DE LA DIFUSIÓN (2016). Consultado en <http://www.introl.es/>
- PIÑUEL, J.L. (2002). “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios de sociolingüística: lenguas, sociedades e culturas*, vol. 3, n.º 1, págs. 1-42.

PUERTA, A. (2011). "El periodismo narrativo o una manera de dejar huella de una sociedad en una época". *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, vol. 9, n.º 18, págs. 47-60.

ROSIQUE, G., BARRANQUERO, A. (2014). *Comunicación y Periodismo Slow en España. Génesis y Balance de las primeras experiencias*. I Congreso Internacional infoxicación: mercado de la información y psique. Sevilla. Págs. 32-47. 20-22 noviembre.

ROST, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad Autònoma de Barcelona, Barcelona.

SÁDABA, T. (2001). "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación". *Comunicación y Sociedad*, vol.14, n.º 2, págs 143-175.

SALAVERRÍA, RAMÓN (1999). "De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital". *Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*, n.º 142, págs. 12-16.

SANTIBÁÑEZ, A. (1983). Periodismo interpretativo y Nuevo Periodismo: ¿una cuestión de estilo? *Revista Comunicación y medios*, n.º 3, págs. 71-86.

SCHEUFELE, D.A. (1999). "Framing as a theory of media effects". *Journal of Communication*, n.º 49, págs. 103-122.

SCOLARI, A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

SERRANO-PUCHE, J. (2014). "Hacia una "comunicación slow": el hábito de la desconexión digital periódica como elemento de alfabetización mediática". *Trípodos*, n.º 34, págs. 201-214.

TUCHMAN,G. (1978). *Making news*. Nueva York: Free Press.

VILAMOR, JOSÉ R. (1997): *Nuevo periodismo para el nuevo milenio*. Madrid: Olalla Ediciones.

WOLFE, T. (1973): *El Nuevo Periodismo*. Barcelona: Anagrama.

WIMMER, R.D. & DOMINICK, J.R. (1996). *La investigación científica en los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

ZALCBERG, A. (2001). "El Ciberperiodismo". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 7, págs. 167-184.

## 8. ANEXOS

### 8.1. Anexo 1: tabla de análisis de los elementos de las nuevas narrativas en *El País* y *Revista 5W*.

MEDIO DIGITAL ANALIZADO							
Medio		Sección					
Fecha		Tema					
ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO							
Hipertexto	SÍ	NO	Número de hipervínculos		Micro/macro-navegación		Tipo de información complementaria que ofrece
							Pdf, mapa, web, info relacionada...
Elementos Multimedia	SÍ	NO	Vídeos	Imágenes	Gráficos	Audios	Interactividad
							Comentarios
							RR.SS
ANÁLISIS TEMÁTICO Y DEL DISCURSO							
Tema							
Titular			Literario			Informativo	
Temporalidad temática			Actual			Atemporal	

<b>Lenguaje</b>	<b>Literario</b>		<b>Informativo</b>
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Detalles humanos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Estructura reportajeada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Enfoque social/cultural/político</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipo</b>
			Cultural/social/político

### RASGOS DEL NUEVO PERIODISMO

<b>Recursos literarios</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
			Pleonasmos, mimesis, onomatopeya
<b>Historia novelada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Dimensión contextualizadora</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Detalles profundos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Diálogos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
<b>Tipografía propia del Nuevo Periodismo</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
			Signos de exclamación, cursivas, onomatopeya

<b>Figura del periodista como narrador</b>	<b>Posición relevante</b>	<b>Posición irrelevante</b>

Fuente: elaboración propia

**8.2. Anexo 2: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de *El País*.**

<b>MEDIO DIGITAL ANALIZADO</b>							
<b>Medio</b>	El País		<b>Sección</b>		Internacional		
<b>Fecha</b>	23/01/2017		<b>Tema</b>		Muerte de Fidel Castro		
<b>ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO</b>							
<b>Hipertexto</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Número de hipervínculos</b>		<b>Micro/macro-navegación</b>		<b>Tipo de información complementaria que ofrece</b>
	X		16		Micronavegación Macronavegación		Información relacionada del propio medio y datos informativos de webs externas.
<b>Elementos Multimedia</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Videos</b>	<b>Imágenes</b>	<b>Gráficos</b>	<b>Audios</b>	<b>Inter-actividad</b>
							<b>Comentarios</b>
	X			X			X
							<b>RR.SS</b>
							X
<b>ANÁLISIS TEMÁTICO Y DEL DISCURSO</b>							

<b>Tema</b>	La vida en Cuba tras la muerte del dictador Fidel Castro		
<b>Titular: “El punk que no lloró a Fidel”</b>	<b>Literario</b>		<b>Informativo</b>
	X		
<b>Temporalidad temática</b>	<b>Actual</b>		<b>Atemporal</b>
	X		
<b>Lenguaje</b>	<b>Literario</b>		<b>Informativo</b>
	X		
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Detalles humanos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Estructura reportajeada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Enfoque social/cultural/político</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipo</b>
	X		Social, Cultural y Político

### RASGOS DEL NUEVO PERIODISMO

	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
<b>Recursos literarios</b>	X		Pleonasmos, mimesis y metáforas
<b>Historia novelada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Dimensión contextualizadora</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Detalles profundos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		

<b>Diálogos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Tipografía propia del Nuevo Periodismo</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
	X		Signos de exclamación e interrogación y letras cursivas
	<b>Posición relevante</b>		<b>Posición irrelevante</b>
	X		
<b>Figura del periodista como narrador</b>			

Fuente: elaboración propia

### 8.3. Anexo 3: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de *El País*.

MEDIO DIGITAL ANALIZADO							
<b>Medio</b>	El País		<b>Sección</b>		Política		
<b>Fecha</b>	29/01/2017		<b>Tema</b>		Desaparición de tres chicas		
ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO							
<b>Hipertexto</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Número de hipervínculos</b>		<b>Micro/macro-navegación</b>		<b>Tipo de información complementaria que ofrece</b>
	X		4		Micronavegación		Información relacionada del propio medio
<b>Elementos Multimedia</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Videos</b>	<b>Imágenes</b>	<b>Gráficos</b>	<b>Audios</b>	<b>Inter-actividad</b>
			X				<b>Comentarios</b>
	X						X

				RR.SS
				X
<b>ANÁLISIS TEMÁTICO Y DEL DISCURSO</b>				
<b>Tema</b>	Desaparición de tres chicas en 1992			
<b>Titular</b>	<b>Literario</b>		<b>Informativo</b>	
	X			
<b>Temporalidad temática</b>	<b>Actual</b>		<b>Atemporal</b>	
			X	
<b>Lenguaje</b>	<b>Literario</b>		<b>Informativo</b>	
	X			
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>	
	X			
<b>Detalles humanos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>	
	X			
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>	
	X			
<b>Estructura reportajeada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>	
	X			
<b>Enfoque social/cultural/político</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipo</b>	
		X	-	
<b>RASGOS DEL NUEVO PERIODISMO</b>				
<b>Recursos literarios</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>	
	X		Pleonasmo y metáfora	
<b>Historia novelada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>	
	X			
<b>Dimensión contextualizadora</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>	
	X			
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>	
	X			



<b>Detalles profundos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Diálogos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
			X
<b>Tipografía propia del Nuevo Periodismo</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
	X		Signos de exclamación y letras cursivas
<b>Figura del periodista como narrador</b>	<b>Posición relevante</b>		<b>Posición irrelevante</b>
	X		

Fuente: elaboración propia

#### 8.4. Anexo 4: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de *Revista 5W*.

<b>MEDIO DIGITAL ANALIZADO</b>					
<b>Medio</b>	Revista 5W		<b>Sección</b>	Why? (reportajes en profundidad)	
<b>Fecha</b>	2/02/2017		<b>Tema</b>	Cambio climático	
<b>ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO</b>					
<b>Hipertexto</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Número de hipervínculos</b>	<b>Micro/macro-navegación</b>	<b>Tipo de información complementaria que ofrece</b>

	X		16	Macronavegación	Información complementaria de webs externas		
<b>Elementos Multimedia</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Videos</b>	<b>Imágenes</b>	<b>Gráficos</b>	<b>Audios</b>	<b>Inter-actividad</b>
							<b>Comentarios</b>
	X			X			X
							<b>RR.SS</b>
							X

### ANÁLISIS TEMÁTICO Y DEL DISCURSO

<b>Tema</b>	Desertización producida por los efectos del cambio climático		
<b>Titular: “El negocio de los ríos de arena”</b>	<b>Literario</b>	<b>Informativo</b>	
	X		
<b>Temporalidad temática</b>	<b>Actual</b>	<b>Atemporal</b>	
		X	
<b>Lenguaje</b>	<b>Literario</b>	<b>Informativo</b>	
	X		
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	X		
<b>Detalles humanos</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	X		
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	X		
<b>Estructura reportajeada</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	
	X		
<b>Enfoque social/cultural/político</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipo</b>
	X		Social

### RASGOS DEL NUEVO PERIODISMO

<b>Recursos literarios</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
----------------------------	-----------	-----------	--------------

<b>Historia novelada</b>	X		Pleonasmos, mimesis, onomatopeya
		<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
<b>Dimensión contextualizadora</b>	X		
		<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
<b>Descripciones detalladas</b>	X		
		<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
<b>Detalles profundos</b>	X		
		<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
<b>Personajes</b>	X		
		<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
<b>Diálogos</b>	X		
		<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
<b>Tipografía propia del Nuevo Periodismo</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
	X		Letras cursivas
<b>Figura del periodista como narrador</b>	<b>Posición relevante</b>		<b>Posición irrelevante</b>
	X		

Fuente: elaboración propia

### 8.5. Anexo 5: ejemplo de tabla de análisis de nuevas narrativas aplicada a un reportaje de *Revista 5W*

<b>MEDIO DIGITAL ANALIZADO</b>			
<b>Medio</b>	Revista 5W	<b>Sección</b>	Why? (reportajes en profundidad)

<b>Fecha</b>	9/02/2017		<b>Tema</b>	Racismo en Europa del Este			
<b>ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO</b>							
<b>Hipertexto</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Número de hipervínculos</b>		<b>Micro/macro-navegación</b>		<b>Tipo de información complementaria que ofrece</b>
	X		4		Micronavegación Macronavegación		Información relacionada del propio medio e información complementaria y relacionada de webs externas
<b>Elementos Multimedia</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Videos</b>	<b>Imágenes</b>	<b>Gráficos</b>	<b>Audios</b>	<b>Interactividad</b>
							<b>Comentarios</b>
	X			X			X
							<b>RR.SS</b>
							X
<b>ANÁLISIS TEMÁTICO Y DEL DISCURSO</b>							
<b>Tema</b>			Racismo contra la etnia gitana en Eslovaquia				
<b>Titular</b>			<b>Literario</b>		<b>Informativo</b>		
					X		
<b>Temporalidad temática</b>			<b>Actual</b>		<b>Atemporal</b>		
			X				
<b>Lenguaje</b>			<b>Literario</b>		<b>Informativo</b>		
			X		X		
<b>Descripciones detalladas</b>			<b>SÍ</b>		<b>NO</b>		
			X				
<b>Detalles humanos</b>			<b>SÍ</b>		<b>NO</b>		
			X				

<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Estructura reportajeada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Enfoque social/cultural/político</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipo</b>
	X		Social y Cultural
<b>RASGOS DEL NUEVO PERIODISMO</b>			
<b>Recursos literarios</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
	X		Pleonasmo, mimesis y metáfora
<b>Historia novelada</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Dimensión contextualizadora</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Descripciones detalladas</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Detalles profundos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Personajes</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
	X		
<b>Diálogos</b>	<b>SÍ</b>		<b>NO</b>
			X
<b>Tipografía propia del Nuevo Periodismo</b>	<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>Tipos</b>
	X		Letra cursiva
<b>Figura del periodista como narrador</b>	<b>Posición relevante</b>		<b>Posición irrelevante</b>
	X		

Fuente: elaboración propia

## 9. ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1. Ficha de análisis de contenidos sobre nuevas narrativas en medios digitales .....	50
Gráfico 1: Porcentaje de textos seleccionados de cada uno de los medios.....	54
Gráfico 2: División por secciones de textos con nuevas narrativas en El País.....	55
Gráfico 3: Cantidad de hipervínculos presentes en los textos analizados .....	57
Gráfico 4: Tipos de navegación presentes en los textos con estructura hipertextual	58
Gráfico 5: Número de elementos multimedia presentes en los textos analizados ....	59
Gráfico 6: Porcentaje de cada tipo de interactividad existente en los textos analizados.....	61
Gráfico 7: Temporalidad temática reflejada en los textos estudiados.....	63
Gráfico 8: Naturaleza gramatical de los titulares presentes en los textos.....	64
Gráfico 9: Lenguaje empleado en la redacción de los textos.....	66
Gráfico 10: Frecuencia de aparición de las variables que definen el discurso .....	68
Gráfico 11: Tipos de enfoques empleados .....	69
Gráfico 12: Uso de recursos literarios en la construcción del discurso periodístico y tipos.....	71
Gráfico 13: Número de textos con rasgos propios del Nuevo Periodismo .....	73
Gráfico 14: Número de textos con tipografía propia del Nuevo Periodismo y elementos tipográficos más destacados .....	74
Gráfico 15: Posición relevante o irrelevante del autor del texto en la elaboración del mismo.....	75