



Universidad de Valladolid

CURSO 2017-2018

Facultad de Filosofía y Letras
Grado en Periodismo

**El relato multimedia en el Periodismo
Slow: conceptualización y descripción
narrativa**

Andrea Lucia Navarrete Dehollain

Pilar Sánchez García

*“Ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino
exclusivamente en interacción constante con otros medios”
Marshall McLuhan (1964)*

El relato multimedia en el Periodismo Slow: conceptualización y descripción narrativa

AUTORA

Andrea Lucia Navarrete Dehollain

TUTORA

Pilar Sánchez García

RESUMEN

La velocidad es un componente importante en el periodismo porque la audiencia quiere mantenerse informada de inmediato. Es difícil establecer un futuro panorama para el ámbito comunicacional en el que existe una sobrecarga informativa actual que se llama “infoxicación”. Como respuesta surge el Periodismo *Slow* para generar contenidos basados en el tiempo y calidad. Esta investigación pretende analizar este tipo de periodismo, junto con sus características, mediante un estudio bibliográfico. Se analizan 24 reportajes de tres medios: la revista *Yorokobu*, la *Revista 5W*, y la revista inglesa *Delayed Gratification* para investigar el relato multimedia que envuelve este periodismo. La investigación demuestra cómo se genera el contenido digital del Periodismo *Slow* basándose en el uso de herramientas multimedia, donde se da mayor importancia a ciertas variables como la interactividad, con enlaces a otras webs, y las imágenes recurso, con mapas geográficos y gráficos interactivos. Los contenidos *slow* se caracterizan por la presencia de cuatro, o más, herramientas multimedia. El análisis bibliográfico responde preguntas sobre el futuro de este periodismo. Con este estudio se confirma la existencia de la necesidad de un periodismo en profundidad que combine géneros narrativos con herramientas multimedia. Son los medios *slow* los que logran satisfacer estas demandas.

PALABRAS CLAVE

Slow Journalism, narrativas multimedia, nuevo periodismo, información, reportaje periodístico.

The multimedia storytelling in Slow Journalism: conceptualization and narrative description

AUTHOR

Andrea Lucia Navarrete Dehollain

TUTOR

Pilar Sánchez García

ABSTRACT

Speed is an important component in journalism now a day because the audience wants to stay informed immediately. It is difficult to establish a future panorama for the communicational field in which there is a current information overload that is called "infoxication". In response, appears the Slow Journalism to generate content based on time and quality. This research aims to analyse this type of journalism, along with its characteristics, through a bibliographical study. Twenty-four reports from three media magazines are analyzed: the *Yorokobu* magazine, the *Revista 5W*, and the English magazine *Delayed Gratification* to investigate the multimedia storytelling that surrounds this journalism. The research demonstrates how the digital content of Slow Journalism is generated based on the use of multimedia tools, where mucho more importance is given to certain variables such as interactivity, with links to other websites, and resource images, with geographic maps and interactive graphics. Slow content is characterized by the presence of four or more multimedia tools. The bibliographical analysis answers questions about the future of this type of journalism. This study confirms the existence of the need for in-depth journalism that combines narrative genres with multimedia tools. It is the slow media that manage to satisfy these demands.

KEY WORS

Slow Journalism, multimedia narratives, new journalism, information, newspaper report.

Índice

1. Introducción.....	6
1.2 Objetivos e hipótesis.....	7
2. Estado de la cuestión.....	8
2.1. La evolución del Periodismo <i>Slow</i>	8
2.2. Definición y precursores del Periodismo <i>Slow</i>	11
2.3. Los valores del Periodismo <i>Slow</i>	12
2.4. Ejemplos de narrativa <i>slow</i>	13
2.5 Nuevos medios dedicados al Periodismo <i>Slow</i>	15
3. Metodología.....	19
3.1 Delimitación de la muestra.....	20
3.2 Cuatro categorías de estudio.....	21
4. Resultados.....	26
4.1. Categoría del género periodístico.....	26
4.2. Categoría de la temática.....	27
4.3. Categoría multimedia.....	28
4.4. Categoría perfil periodístico.....	34
4.5. Resultados específicos por cada medio de comunicación.....	36
5. Conclusiones.....	39
6. Bibliografía.....	41
7. Anexos.....	44

1. Introducción

Esta investigación surge por la necesidad de analizar en qué panorama se sitúa el periodismo actualmente con la llegada de las nuevas TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación). Los últimos 10 años significan cambios contundentes para la comunicación, y esto deriva en la formación de un nuevo estilo periodístico que nace en el siglo XXI con el título de *Slow Journalism* dentro del mundo anglosajón (Periodismo Lento). Esta incipiente manifestación surge como respuesta a un exceso de información que consume la audiencia, y satisface una demanda que sí existe en el mercado.

El panorama del mundo profesional de la información es incierto, es la llegada de las redes sociales, el periodismo ciudadano, la calidad enfrentada a la cantidad, el tiempo con el que se redactan las noticias. El protagonismo que adquiere el Internet y la crisis en la sociedad actual, los medios de comunicación tienen que reinventarse (Peñañiel, 2015).

Bajo este escenario surge un nuevo medio que combina las características de los medios tradicionales. Una unión del texto de la prensa, el sonido de la radio, y la imagen de la televisión, junto con el incipiente desarrollo tecnológico con la interactividad, multimedia, hipertexto, vínculos, y más herramientas crean un nuevo sistema de comunicación digital (Canga, 2001).

El público demanda un periodismo semejante al llamado Nuevo Periodismo del siglo XX, con autores como Tom Wolfe o al de Nellie Bly, entre otros, pero adaptado a este nuevo sistema. El nuevo estilo; que habla del valor de una información de largo aliento, lo que se refiere a reportajes pausados, profundos, interpretativos, con una nueva narrativa que se toman el tiempo necesario; es un híbrido entre la demanda del consumo actual de tecnología, y la necesidad de un contenido de calidad.

Se podría mantener la hipótesis de que para el 2025 el tiempo de consumo de los medios, a nivel individual, sería de aproximadamente 600 minutos diarios. En 1997 se tenía una exposición diaria a los medios de cinco horas con 54 minutos, y en el 2015 de siete horas con 27 minutos. En el 2016, el consumo se situaba alrededor de los 447 minutos (Díaz, 2017).

El futuro del periodismo está en la unión de los viejos y nuevos medios. Estos no implican la desaparición de los que ya existen, sino la necesidad de complementarse. Ante la situación de medios emergentes, la clave es la fórmula de información que existe en los contenidos (Canga, 2001). Actualmente, el hombre se vuelve más versátil y puede dominar no solo el consumo del nuevo medio, sino un conjunto de plataformas al mismo tiempo, esto se denomina el consumo “multipantalla”. La movilidad supera la

cuarta pantalla e incluso se amplía a tecnologías “ponibles”. Es imprescindible de poder informar sin importar el soporte (Díaz, 2017).

Si el hombre tiene que consumir información de diferentes pantallas al mismo tiempo, deriva en la “infoxicación” donde el hombre se encuentra saturado de información, hasta el punto de volverse excesiva y decide no acudir a ningún medio (Benaissa, 2017). Las redacciones ya no se encuentran ante un ciclo de noticias 24/7 (24 horas, los siete días de la semana). La frecuencia de producción y consumo alcanza unas velocidades de vértigo. La saturación informativa, que sobre todo se está generando en la audiencia digital, produce actualizaciones.

Son numerosas las opiniones sobre la “infoxicación”, junto con el panorama actual, y cómo desacelerar el proceso informativo. Explica Benaissa (2017) que: “El *Slow Journalism* aparece como respuesta a la sobrecarga informativa generada por la aceleración del ciclo de producción de noticias en una era digital marca por la aparición de nuevos operadores” (p, 129). Por esto, este periodismo busca satisfacer la demanda que hay en la audiencia de contenidos multimedia.

La atención que se le ha puesto al estudio de este nuevo concepto que se genera cuando se acerca la primera década de los 2000. Esto sugiere que las personas están ante un momento de transformación sobre la posición actual de la comunicación junto con los medios (Rauch, 2009). Esta es una reacción social a una tendencia donde domina la inmediatez y la primicia. El periodista repensar el tiempo necesario para producir y consumir una información de calidad. (Barranquero, 2015).

Para poder estudiar la estructura de la narrativa multimedia del Periodismo *Slow*, la investigación parte de unas interrogantes sobre cómo se presenta este género en la era digital, la estructura de sus contenidos, y cuál podría ser el futuro panorama. Debido al proceso de adaptación que tiene el ámbito comunicacional actualmente, ¿hay algún cambio con respecto a las narrativas cuando aparecen los medios digitales o los nativos digitales? Después del estudio bibliográfico, ¿es posible que el Periodismo *Slow* se pueda configurar como un género propio? Para los periodistas es fundamental saber cuál será el panorama en los próximos años, asimismo, ¿tiene un futuro el Periodismo *Slow* ante un panorama de infoxicación actual?

1.2 Objetivos e Hipótesis

El objetivo de la investigación es analizar el concepto y las características de este tipo de periodismo, el Periodismo *Slow* a través de la narrativa multimedia de medios internacionales que permite ofrecer un catálogo de elementos en común. Se analizarán tres revistas: la *Revista 5W*, la revista *Yorokobu*, y la revista inglesa *Delayed Gratification* para estudiar los contenidos multimedia. A partir de este se pretende

generar un modelo de referencia sobre cómo estructurar contenidos que representen los valores del Periodismo *Slow*.

Se establecen unos valores que utiliza este nuevo movimiento para generar contenidos, (Benaissa, 2017) o incluso la adaptación de la Teoría del *Slow Food Movement* adaptado a la comunicación, que es el movimiento que le da origen a esta reivindicación de la búsqueda del tiempo adecuado (Craig, 2016).

Para su comprobación, el presente estudio recurre a una metodología de análisis de contenido, y de un análisis bibliográfico como referencia para establecer claramente qué es el *Slow Journalism*, determinar si es un nuevo género o si es una aproximación (Drok y Hermans, 2016).

Una vez presentadas las preguntas a las que esta investigación pretende dar respuesta, junto con los objetivos, se presentan las hipótesis de las que se parte:

H1: Los medios dedicados al Periodismo *Slow* plantean una nueva narrativa multimedia en sus reportajes digitales.

H2: El Periodismo *Slow* se concibe como un modelo periodístico diferente para una audiencia que busca reportajes en profundidad.

H3: Tanto la *Revista 5W*, como *Yorokobu*, y *Delayed Gratification*, producen contenidos adaptados a los nativos digitales con herramientas multimedia que tienen una estructura característica con respecto a la definición del Periodismo *Slow*.

2. Marco Teórico

2.1 La evolución del Periodismo *Slow*

Desde los sonados Papeles de Panamá, hasta el Caso *Watergate*. El periodismo de investigación llegó al siglo XX a vislumbrar todo lo que necesitaba luz en aquella oscuridad. Un periodismo riguroso, de largo aliento y con compromiso social que parecía haber sido olvidado en la actualidad sigue buscando y escarbando el estiércol de esa famosa generación conocida como los *muckrakers* de los años 20, cuyo término se lo acuña el presidente Theodore Roosevelt. Sin embargo, venían ejerciendo su labor desde finales del siglo XIX. Luego en los sesenta regresa este formato con el periodismo *underground*.

Los profesionales buscaban abarcar mucho más de lo que estaba a la luz pública y al alcance de cualquiera. Una de las características es, precisamente, la elaboración pausada de historias que derivaban en reportajes extensos. Fueron periodistas como

Jacob Riis, Ida M. Tarbell, Nellie Bly, Upton Sinclair, entre otros, quienes lograban movilizar a ciudadanos (Barranquero y Rosique-Cedillo, 2015).

El concepto de “*slow*”, tiene relación con los distintos tipos de periodismo que siempre han operado a velocidades diferentes. El Periodismo *Slow* ha estado en la audiencia desde los ensayos de Montaigne hasta el periodismo e investigación mencionado previamente (Le Masurier, 141). Explica Greenberg que el Periodismo de Largo Aliento compagina la existencia de los géneros digitales junto con la evolución de los tradicionales, aportando nuevos géneros al periodismo (2012).

Un periodismo tan memorable no pasaría a la historia, autores como Kapuscinski, Gunter Wallraff o Carl Bernstein han procurado recoger este formato. Es Kapuscinski quién hace alusión al periodista de aquellos tiempos como cuando los *muckrakers* destapaban algún escándalo, e invertían tiempo y esfuerzo en elaborar un contenido (Barranquero, 2016).

Otra corriente fundamental para aproximarse al *Slow* es el “Nuevo Periodismo” que representa la década de los 60 y los 70 a nivel comunicacional. Un formato completamente diferente donde las piezas periodísticas estaban rodeadas de literatura. Este tipo de periodismo se conoce como Periodismo Narrativo. Algunos de los autores que destacan de esta época podría ser Truman Capote, con esa gran obra como *A Sangre Fría* que es prácticamente una crónica policia con su toque literario.

También hay autores conocidos Tom Wolfe o Gay Talese cuyo origen se remonta a al siglo XX y al Nuevo Periodismo que surge en Estados Unidos en los años 60 (Benaissa, 2017). Esta generación “apostó por la ruptura del canon objetivista en favor de una mayor implicación personal de informador” (Barranquero y Rosique-Cedillo, 2015 : 454). De este movimiento nacerán revistas que serán la fuente de inspiración para las que hoy en día hacen Periodismo *Slow*, por ejemplo: *The New Yorker*, *Rolling Stone*, *Esquier*, entre otras. Son estas las que apuestan por publicar reportajes de Periodismo de Investigación en los años 60 y 70, un ejemplo será el *Sunday Times* presenta el escándalo de la talidomida¹ (Craig, 470).

La exdirectora del diario *The New York Times* proporciona una entrevista donde explica que la audiencia digital está preparada para grandes historias. Estas historias deben combinar el periodismo narrativo que incluye vídeos, fotografías, o ciertos documentos que hacen la lectura más amena. Se convierte en un producto periodístico más orgánico (Albalad, 2015).

En conclusión, este periodismo que se intenta hacer en la actualidad con todas las herramientas tecnológicas viene desde el siglo XIX, y toca todos los puntos de ese

¹ Referencia del reportaje del *Sunday Times*, 1974 <http://thalidomide50.blogspot.com/2012/11/the-sunday-times-thalidomide-24th.html> (Consultado en abril de 2018)

periodismo denso que se hacía hasta incluso llegar al periodismo explicativo que se origina en 1988 y con él nace una nueva categoría para los Premios Pulitzer. Hay una serie de autores que se encuentran de acuerdo que los parámetros de referencia del Periodismo *Slow*, es lo que cualquier periodista normal debería hacer a la hora de redactar un contenido (Benaissa, 2017).

En la bibliografía sobre la historia del Periodismo *Slow*, si hay un punto en el que coinciden varios autores, es en su origen y de dónde se inspira. El movimiento *slow* nace en Roma en 1986 gracias a una protesta liderada por Carlo Petrini, un crítico gastronómico (Rauch,2). Se estaba protestando por la apertura de un McDonald's (restaurante de comida rápida). Petrini reivindicaba el valor de los productos de calidad frente a este tipo de comida. Hablaba del ritual de sentarse a comer, y disfrutar del contacto humano. Hoy en día el *slow food movement* tiene un gran número de seguidores que supera a los 100.000 socios (Barranquero-Carretero, 2013).

Este movimiento no solo desencadenó un periodismo más lento, fue el comienzo de una reivindicación de “tomarme el tiempo”. Se genera en 1999 el movimiento de las ciudades lentas o *slowcittá* donde se plantea una mejor calidad de vida junto con un ambiente sostenible. El *slow*, que empezó con la comida, llegó al ámbito laboral o a la educación con el *slow schooling*, explica Domenech (como se citó en Barranquero-Carretero, 2013).

Son varias las corrientes que surgieron después de la protesta en Roma. Sin embargo, una aclaración importante, la cual hay que hacer sobre la definición del movimiento *slow*, es que no busca la lentitud, sino el hecho de controlar el ritmo de vida, que cada ciudadano pueda decidir cómo llevar su tiempo. Se convierte en una “filosofía de medida y tiempo justo, que alienta a saborear las experiencias de la vida y reconectarnos con nuestro entorno” (Barranquero-Carretero, 2013 : 431). Además, habla de la idea de “cuidado” que impulsa el *Slow Food* (Craig, 2016).

La idea de controlar el tiempo ha abarcado diferentes ámbitos comunicacionales como la *slow communication*, o la lectura pausada, el *slow blogging*, la televisión lenta, las *slow news*, *slow media*, y por supuesto, *slow journalism* (Craig, 2016). Si todavía se pregunta por qué necesitamos estas corrientes, es sencillamente para nosotros porque “vivimos en la sociedad del hedonismo, escapismo y consumismo; Internet se alza como el gran escaparate que nos tiende la mano y nos deja evadirnos navegando a la deriva” (Millán, 2006 : 172).

2.2 Definición y precursores del Periodismo *Slow*

El *slow* es un movimiento social (Honoré, 2004) que hay autores como Jennifer Rauch (2011) que describen como subcultura. Otros autores como Parkins & Craig (2006) explican que es una versión del tiempo que se involucra en nuestro día a día.

Explica la autora Le Masurier que Susan Greenberg (2007) usa este término en un artículo para la revista *Prospect Magazine*, en el cual comenta que se está acabando el momento de consumo “veloz” de noticias, así solo se pierden lectores. También dice Greenber en su artículo que debería haber un mercado incipiente para las crónicas y reportajes que dediquen el tiempo a un periodismo de calidad, un periodismo denominado Periodismo *Slow* (2015).

Hay autores como Benaissa (2017) que explican que el Periodismo *Slow* surge como respuesta a la infoxicación, es decir, la sobre carga informativa, actualmente producida por el vertiginoso ciclo de noticias en la era digital. No obstante, no es un movimiento que se genera únicamente como escape de la sobreabundancia de información, esto sería subestimar la complejidad de este tipo de periodismo (Le Masurier, 2017).

El concepto que presenta Jennifer Rauch del Periodismo *Slow* está vinculado a la cultura. Dice: “estamos ante un momento de transformación donde la manera que tiene la audiencia de consumir la comunicación está cambiando” (2009: 15)². Rauch Explica que este periodismo se puede entender como una práctica o como una filosofía. Si se refiere a la práctica tendría relación con el formato del medio. Si se plantea como una filosofía entonces es el tiempo pausado en la producción de información.

Tres características del Periodismo *Slow* que define Albalad (2015) son el formato que presenta una nueva narrativa multimedia, junto con sus herramientas, unido al contenido del periodismo literario. En segundo lugar, es un modelo editorial rentable porque se convierte en un modelo de negocio. En tercer lugar, los contenidos tienen un diseño específico para un tipo de público segmentado. En conclusión, es un periodismo que invita a la reflexión.

Este periodismo implica un espacio independiente o alternativo, evita la competencia y la presión del ciclo de noticias 24/7, se toma el tiempo para elaborar una información de calidad. En el Periodismo *Slow* priman los equipos multidisciplinares de trabajo para investigar temas con mayor profundidad usando un formato de largo aliento y una narrativa que se denomina *storytelling* (Craig, 2016).

Existen otros autores que definen este periodismo según su formato. Ritter y Winques afirman que “se refiere a un nivel de profundidad reportando que supera los estándares

² Traducción libre del artículo académico Racuh, Jennifer (2011). *The Origin of Slow Media: Early Diffusion of a Cultural Innovation through Popular and Press Discourse, 2002-2010*.

diarios de producción. Por otro lado, es la narrativa literaria que se presenta amena, acompañada de elementos multimedia que embellecen la pieza”³ (2015: p.106). Este concepto tendría relación con el formato de periodismo de largo aliento.

Luego hay autores que hacen dos distinciones de cómo se presenta el Periodismo *Slow* que son las que se aplicarán para esta línea de investigación. Según Drock y Hermans “este periodismo se trata sobre las historias más extensas que abarcan más allá de las noticias de última hora, que usan principios narrativos con respecto a la estructura y al uso de herramientas multimedia” (2015: p. 541). Sin embargo, estos dos autores distinguen claramente dos perspectivas del Periodismo *Slow*.

El Periodismo *Slow* como una aproximación, va más allá del estilo y el formato. En este caso se refiere a los principios y métodos. Asimismo, es una perspectiva menos elaborada académicamente (Drock y Hermans, 2015). Lo importante es rescatar que es un periodismo de formato diferente que se puede consumir en un medio generalista, por ejemplo.

2.3 Los valores del Periodismo *Slow*

Una vez elaborado un concepto, junto con sus diferentes connotaciones que pueden ser útiles a la hora del estudio, este tipo de periodismo se enmarca en torno a unos valores heredados del movimiento del *slow food*. Gess (citado en Le Masurier, 2015) explica cómo se aplican estos valores a la comunicación. Estos valores promueven el movimiento basándose en comer con tiempo: bueno, limpio, y justo.

“Bueno” se refiere al cuidado con el que se elabora la investigación que es relevante para el interés público. A través de la calidad se produce un excelente contenido que tiene aportaciones a nivel cultural. Luego el periodismo “limpio” guarda relación con la ética de los ciudadanos a los cuales se les transmite la información, debo respetar a mi audiencia. Evita los estereotipos y apoya la sostenibilidad. Por último, “justo” permite al periodismo legal hacerle llegar la información asertiva a la comunidad, buscando condiciones de trabajo justas (Le Masurier, 2015).

Aunque el concepto es sumamente novedoso, otros autores consideran a principios de los 2000 como el caso de Helen de Michiel, una productora independiente que, en el 2002 escribe un ensayo donde ya hace una prematura definición de los *slow media* para explicar el tiempo que necesitaba elaborar una obra de arte. Son estos medios en los que debe concentrarse la audiencia, en el 2006, una escritora norteamericana, Mary Winter, quién se concentraba en qué debíamos consumir revistas y periódicos en lugar de querer producir los contenidos nosotros. Asimismo, planteaba un *Slow Media Movement* (Rauch, 2011).

³ Traducción libre del artículo académico Ritter, Raquel & Kérelly Winkes (2015). *The Place of Longform in onlie journalism: Quality versus quantity and a few considerations regarding consumption.*

No obstante, si de precursores se habla, McLuhan ya había propuesto en los años 80 una ecología de la comunicación donde ya se mencionaba el tema del tiempo. Es un llamado a un consumo tecnológico reflexivo, sostenible, y con más características humanas. Dentro de los valores del *slow* está resaltar la falsa necesidad a la que conducen los medios de masas, crean una hiperproducción que va en contra de la ecología de la comunicación (Barranquero-Carretero, 2013). La conclusión en la que muchos autores convergen fue un caso que da paso a la justificación de este periodismo, además surgió en un medio generalista. Este reportaje abrió caminos a que ciertos medios como *The New York Times*, *The Guardian* o *El País*, tengan una sección dedicada a reportajes periodismo de largo aliento.

En el caso del periódico norteamericano, fue en el 2012 con el reportaje multimedia del proyecto *Snow Fall*⁴, una pieza multimedia de importante repercusión, no solo incluye varias páginas con apartados diferentes, incluye vídeos, fotos, gráficos animados e interactivos de las montañas de esquiar norteamericanas. Es la historia de un grupo de personas que fueron a esquiar y se perdieron en una avalancha, se convirtió en un Premio Pulitzer en el 2013 (Lassila, 2014).

2.4 Ejemplos de narrativa *Slow*

Brevemente, y para demostrar que el Periodismo *Slow* sí es un modelo de negocio que está fluctuando actualmente, se mencionarán casos puntuales de plataformas dedicadas exclusivamente a este tipo de periodismo. Continuando con la idea de *The New York Times* y su reportaje, son varios los periódicos que han decidido seguir esta línea, y a pesar de ser prensa generalista, tienen una sección diferente para estos contenidos. Por ejemplo, el periódico inglés *The Guardian* introdujo recientemente una sección *The Long Read* (la lectura extensa) donde se escriben reportajes, ensayos o crónicas que no presentan mucho contenido multimedia, pero si una estructura diferente a las noticias que puede tener el resto del periódico (Craig, 2016).

The New York Times incluso tiene una sección dedicada a lo multimedia que, si bien no son contenidos de largo formato, si cumplen con ciertos requisitos, por ejemplo, de los reportajes multimedia del Periodismo *Slow*. Además, también presenta un formato de *long read* donde la lectura es más extensa y completa.

Hay ciertos medios de habla hispana que están optando por tener una sección exclusiva para este tipo de periodismo. En el caso de *El País*, utiliza la sección “Reportajes 360” y son muy dinámicos a nivel visual y de contenido, pero con respecto al formato de lectura extensa no se encuentran aun con la misma línea que los

⁴ Ver referencia del reportaje multimedia del periódico *The New York Times* <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek> (Consultado en marzo de 2018)

periódicos anglosajones. A pesar de esto, si presentan reportajes multimedia en esta sección con temas sociales y culturales. En el caso de este periódico, para cumplir los requisitos de ejercer el Periodismo *Slow* como aproximación habría que buscar en su sección de especiales y ver reportajes como el del caso.

Existen periódicos que aprovechan ciertas fechas importantes, como el aniversario de la caída del muro de Berlín y hacen reportajes multimedia que sí cumplen con los parámetros de referencia del periodismo *slow*. En este caso sería la prensa argentina con *El Clarín*⁵ donde cada apartado destaca un momento diferente de comunismo del siglo XX. También está el periódico *20 Minutos*⁶, que continúa con la misma temática y presenta un reportaje con un poco más de contenido visual que el anterior ya que usa más imágenes y gráficos, mientras *El Clarín* opta por usar más texto.

Con lo que respecta a los medios, algunos se dedican exclusivamente a este tipo de periodismo. Por ejemplo, publicaciones como *Ricochet* (Canadá), *Long Play* (Finlandia), *The Atavist* (Estados Unidos), *XXI* (Francia), *Delayed Gratification* (Reino Unido), *Jot Down* (España), entre otras, son revistas que se dedican exclusivamente al Periodismo *Slow* o al periodismo de largo aliento (Drock y Hermans, 2017).

Existen plataformas y aplicaciones que, de alguna manera, facilitan la lectura más pausada y extensa. Está el caso de la herramienta *Long Read*⁷ cuyo fundador Mark Armstrong buscó generar una aplicación que pudiese guardar un artículo para que luego el lector lo consumiese más tarde. La finalidad es buscar que las historias más extensas sí se consuman, y no sea una dificultad el tiempo, la señal, la distracción del móvil, entre otros. También está Bobbie Johnson, el fundador de *If You Only* (Si solo tú) que busca crear una comunidad de lectores a través de recomendaciones que se hacen en plataformas de *microblogging* como Twitter. Buscan motivar la creación de comunidades de lectores que quieren buenos contenidos y formatos de largo aliento (Greenberg, 2012).

Con respecto a *Longform.org*⁸ (2010) es “un agregador de piezas de largo formato bien investigadas y escritas” (Albad, 2015 : 11). Es decir, es una plataforma digital que recoge los mejores contenidos del *slow journalism* para que al lector se le haga más sencillo discernir en el ciberespacio lo que es material de calidad. Lo que comenzó siendo una afición por la lectura, generó una plataforma que presenta historias

⁵ Ver referencia del reportaje multimedia del periódico *El Clarín* <http://edant.clarin.com/diario/2009/10/30/conexiones/muro/inicioberlin.html> (Consultado en marzo de 2018)

⁶ Ver referencia del reportaje multimedia del periódico *20 Minutos* <https://microsite.20minutos.es/caida-del-muro-de-berlin/#section-4> (Consultado en marzo de 2018)

⁷ Ver referencia de la herramienta *Long Read* <https://longreads.com/best-of-2017/> (Consultado en marzo de 2018)

⁸ Ver referencia de la herramienta *Longform* <https://longform.org/best> (Consultado en marzo de 2018)

maravillosas. En una entrevista que se le hace al crear del medio, Aaron Lammer, explica que no pagan por los contenidos, sino que quieren que el público pueda tener acceso a ellos. La plataforma puede remitirte al contenido original, por esto más que un medio es una empresa de tecnología (Albad, 2015).

La publicación *Narratively*⁹, un medio bastante activo que publica casi un contenido diario. El editor Noah Rosenberg, contestó a una entrevista en el 2013 explicando que “usan el *slow journalism* para definir sus contenidos, y como respuesta a la locura de información que el hombre no para de recibir 24/7”¹⁰ (Le Masurier, 2015). La idea del medio es la de alejarse de aquellos ciclos de noticias vertiginosos, tienen un tema semanal, y su enfoque suele ser local.

2.5 Nuevos medios dedicados al *Slow Journalism*

Yorokobu

La revista española se dedica a hacer Periodismo *Slow* y nace en el 2009 bajo el lema japonés: “estar feliz”. Es una publicación que surge para satisfacer una demanda que hay en la audiencia con respecto a ciertos temas que no eran publicados. Además de tener una publicación digital, y dedicarse al contenido de las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter, tienen una versión impresa mensual.

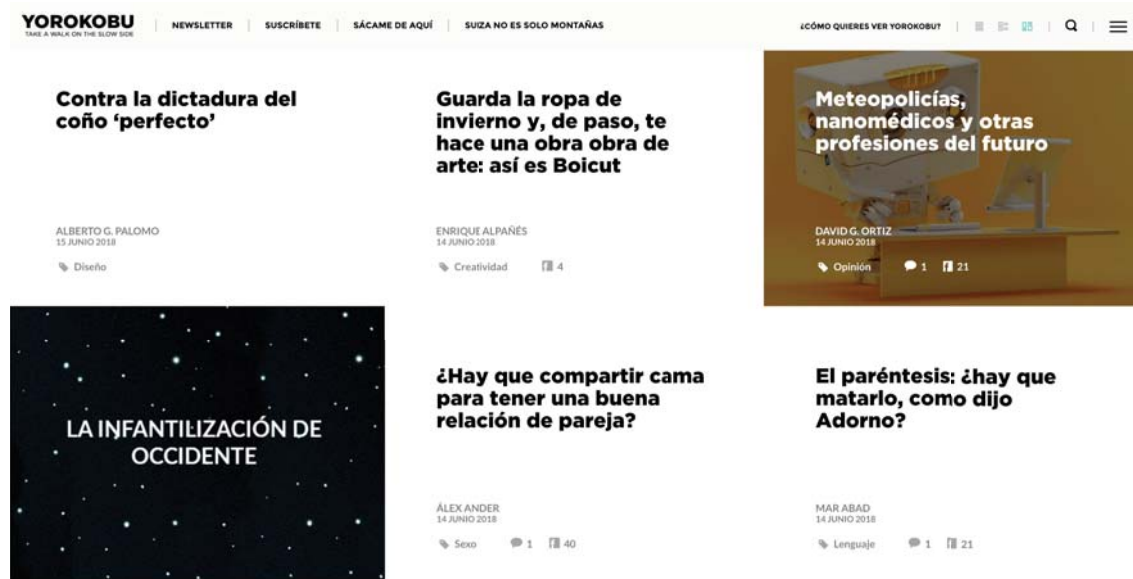
Yorokobu se define en su plataforma digital¹¹ como: “un espacio para el análisis, la reflexión, la creatividad o el placer de adentrarte en cientos de proyectos inspiradores aderezados con un componente gráfico muy cuidado. Es (o nos gustaría que fuera) *slow reading* (la lectura lenta)”.

⁹ Ver referencia de la herramienta *Narratively* <http://narrative.ly/about/> (Consultado en marzo de 2018)

¹⁰ Traducción libre del artículo académico Le Masurier, Megan (2015). *What is slow journalism?*.

¹¹ Ver la historia de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/que-es-yorokobu/> (Consultado en abril de 2018)

Imagen de inicio de la revista *Yorokobu*



Fuente: captura de pantalla de junio de 2018

Su equipo se compone por un director, un director de arte, dos redactores jefes, y cuatro redactores. En diferentes publicaciones digitales se habla de esta revista española. En el caso de *El Periódico*¹² explican que nace primero la plataforma digital, y luego la versión impresa. Es una publicación que pertenece a los nativos digitales. Cada día se publican entre siete y 10 contenidos. Una de las características del medio es que no presenta secciones por lo que buscan generar una lectura vertical y no horizontal.

En una entrevista¹³ que le realizan a Mar Abad, la redactora jefe de *Yorokobu*, explica que el lema es: “*Take a walk on the slow side*” (pasear por el camino lento). La periodista explica que la versión digital se complementa con el blog que tiene este medio. Sin embargo, la revista impresa está diseñada para satisfacer la necesidad sensorial que no cumple la pantalla.

Revista 5W

La revista española *5W* está compuesta por un grupo de periodistas que se enfocan en el contenido escrito y fotográfico. Se definen como una sociedad limitada donde ninguna institución ajena tiene decisión en los contenidos que se publican. No dependen de la publicidad, y sus ingresos provienen de suscriptores y ventas de la revista de papel.

¹² Ver entrevista de *El Periódico* a *Yorokobu* <https://www.elperiodico.com/es/tecnologia/20121010/yorokobu-lecturas-lentas-para-tiempos-freneticos-5690232> (Consultado en abril de 2018)

¹³ Ver entrevista de *Toyoutome* a *Yorokobu* <http://toyoutome.es/blog/los-lectores-siguen-amando-las-buenas-revistas-y-los-libros-en-papel/31203> (Consultado en abril de 2018)

Esta revista se define su lema explicando que: “lo que está lejos siempre fue una obsesión que dominaba nuestras conversaciones. ¿Cómo acercarlo a la gente? Un día nos preguntamos si podíamos explicar el mundo con las 5W del periodismo”¹⁴. El equipo está conformado por un director, una editora gráfica, dos redactoras, cuatro reporteros, y un responsable web.

Imagen de inicio de la *Revista 5W*



Fuente: captura de pantalla de junio de 2018

La *Revista 5W* explica que también cuentan con colaboradores a nivel mundial. Se definen en su página web como: “5W es una revista de crónica y fotografía internacional con una apuesta radical por la profundidad, la narración, la explicación, la imagen y el sonido”. Su presentación en redes sociales fue en abril de 2015. La web nace en septiembre de 2015, y en febrero de 2016 aparece su primer número impreso. En conclusión, esta publicación también pertenece a los nativos digitales como *Yorokobu* aunque luego hayan apostado por tener ambos formatos.

El periódico *La Vanguardia*¹⁵ explica en el 2016 que la *Revista 5W* logra vender 2.000 ejemplares en papel. En 40 días de campaña, esta revista duplica lo que había estipulado como su objetivo inicial en menos de 49 horas. Incluso, medios como *La Sexta*¹⁶ en su plataforma digital le hacen mención a esta revista dedica al periodismo de largo aliento.

¹⁴ Ver la historia de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/que-es-5w> (Consultado en abril de 2018)

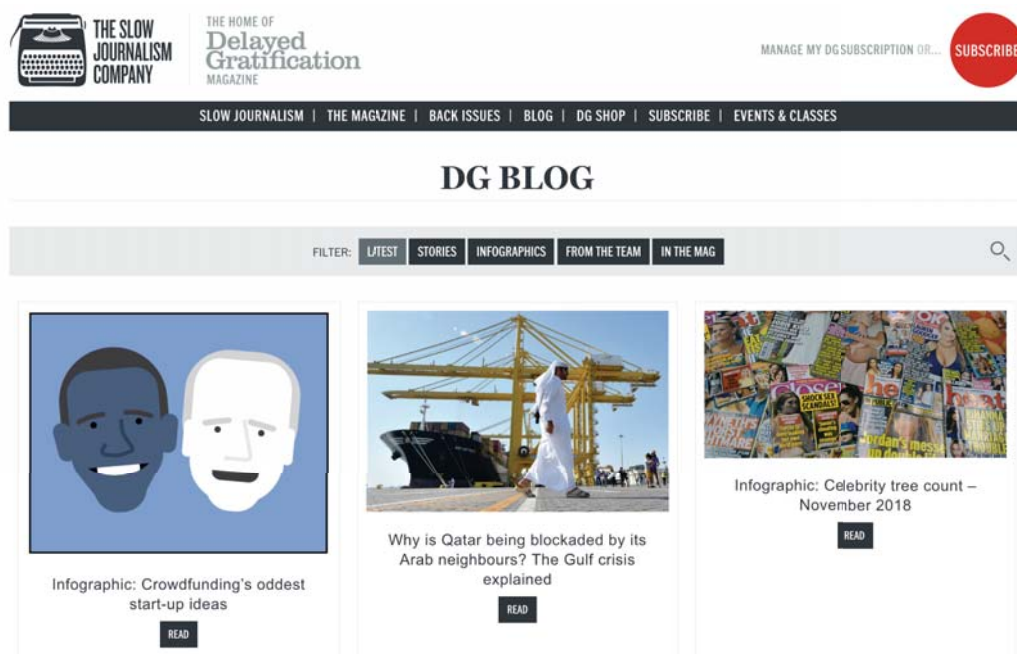
¹⁵ Ver el artículo de *La Vanguardia* sobre el lanzamiento de la *Revista 5W* <http://www.lavanguardia.com/vida/20160320/40573022564/revista-de-cronica-internacional-5w-logra-vender-2-000-ejemplares-en-papel.html> (Consultado en abril de 2018)

¹⁶ Ver el contenido de *La Sexta* sobre la *Revista 5W* http://www.lasexta.com/temas/revista_5w-1 (Consultado en abril de 2018)

Delayed Gratification

La revista inglesa nace en Londres en el 2010 bajo la dirección de dos periodistas, Robert Orchard y Marcuss Webb que se unen para crear *The Slow Journalism Company* (la compañía del periodismo de largo aliento) y su objetivo era publicar una revista impresa. Es una publicación trimestral que reivindica que las imprentas siguen trabajando actualmente (Le Masurier, 2015).

Imagen de inicio de la revista *Delayed Gratification*



Fuente: captura de pantalla de junio de 2018

Delayed Gratification ofrece una versión digital de sus contenidos de forma gratuita que sirve como promoción para la revista impresa que sí es de pago (Benaissa, 2017). Dentro de sus características, los editores¹⁷ describen claramente su contenido como parte del Periodismo *Slow*, de larga extensión acompañado de fotografías y otros recursos multimedia. Otra característica es el uso de sus infografías como contenidos especiales que permiten ilustrar de otra manera las historias publicadas.

Este medio procura presentar contenidos atemporales, como temas que estén relacionados con la actualidad. En una entrevista entre el director Robert Orchard de la revista *Delayed Gratification* y la periodista Megan Le Masurier, él dice: “no es el periodismo de alta velocidad el que ocupa el total de los medios que consumimos

¹⁷ Ver la historia de la revista *Delayed Gratification* <https://www.slow-journalism.com/delayed-gratification-magazine> (Consultado en mayo de 2018)

actualmente (...) Si te tomas el tiempo para hacer algo que realmente puedes, no implica hacerlo mejor, sino de una manera diferente”¹⁸ (2015: 146).

Los editores de este medio *slow* no se apegan a los valores que usan los medios generalistas para discernir qué sale publicado y qué no. Usan la filosofía de la revista que se enmarca dentro de la corriente del *Slow Journalism*. Para generar un contenido se preguntan qué es lo verdaderamente relevante en una noticia, y la única manera de contestar es con un tiempo pausado en el ciclo de la información (Masurier, 2015).

3. Metodología de investigación

Una vez establecidas las preguntas, las hipótesis y los objetivos, en el Trabajo de Fin de Grado se establece una metodología que se divide en dos partes para tener un resultado más completo. En primer lugar, parte de una revisión bibliográfica previa en torno a las características de los tres medios que se estudiarán para poder diseñar la parte empírica. En segundo lugar, se realiza un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, que posibilita explicar el enfoque que tiene cada medio de comunicación analizado en el mundo digital utilizando las herramientas multimedia.

Mediante el análisis de la bibliografía se pretende estudiar, desde el concepto de qué es el Periodismo *Slow*, hasta dónde se posiciona actualmente este movimiento. Por ser algo novedoso, los estudios son recientes y continúa analizándose, lo que supone una limitación de búsquedas bibliográficas al tiempo que justifica la necesidad de seguir estudiándolo. Además, es un movimiento originario en el mundo anglosajón que llega a España unos años después.

La segunda parte depende del análisis de contenido, basado en el modelo propuesto por Berelson (1952). Se estudia el producto comunicativo, en este caso el mensaje, que combina facultades cuantitativas como el número de vídeos o fotos que incluye cada contenido, por ejemplo, con las cualitativas que procesa e interpreta los datos sobre estos mensajes (Piñuel, 2002).

Según el modelo propuesto previamente se hará un análisis de contenido de tipo *exploratorio* porque la finalidad es registrar y tratar esos textos, no se persigue necesariamente una verificación o contextualización de ellos, si no estudiar únicamente su estructura.

Dentro de la estructura del análisis de contenido cabe mencionar el proceso semejante que se usa en la investigación de Marrero Santana (2008) como referencia a la estructura que tiene esta investigación. A partir de la aplicación de esta tabla de análisis se presentan los resultados estructurados en las diferentes categorías

¹⁸ Traducción libre del artículo académico Le Masurier, Megan (2015). *What is slow journalism?*.

“El análisis de contenido constituyó el instrumento principal de recogida de información. Su carácter cualitativo está dado por el propio diseño investigativo y observa una muestra que, como se ha mencionado, no se rige por criterios de representatividad y, por tanto, no tiene valor para nuestros objetivos el registro estadístico riguroso de ítems preestablecidos. El contenido latente de los mensajes a analizar, por tanto, no constituye un elemento de especial interés. Un punto de distinción de nuestro análisis de contenido radica en el predominio del interés por los elementos formales por sobre los elementos de contenido (...) Además de la multimedialidad, el periodismo digital se distingue por la hipertextualidad y la interactividad. En este sentido, hemos acudido a la combinación de indicadores propios de los medios tradicionales, con recursos expresivos del periodismo para y con Internet” (p, 348).

3.1 Delimitación de la muestra

En el análisis de contenido se concentra en el estudio de 24 reportajes multimedia de tres medios de comunicación que denominan su redacción como Periodismo *Slow*, en su versión digital. De cada medio se analizarán ocho reportajes utilizando la misma tabla de codificación para los 24. Los tres medios son la revista española *Yorokobu*, la *Revista 5W*, y la revista inglesa *Delayed Gratification*.

Los reportajes se escogen según el formato del contenido, y no según siguiendo una estructura temporal. Es decir, para seleccionar qué pieza se analizará se irá trasteando primero cada medio y buscar que tengan las suficientes herramientas para poder analizarlos. Se investigarán durante el mes de mayo en su totalidad, aunque no implica que sean solo los publicados en esta fecha.

La narrativa multimedia sugiere una nueva forma de comunicación cuyo contenido presenta herramientas de imagen, audio y vídeo (Irala, 2014). No hay una estructura concreta para generar un contenido multimedia, son diversas las posibilidades que se adaptan a la temática, el género y al propio periodista, como explica esta autora.

La narrativa digital produce un hipertexto que se vuelca en una lectura no lineal (Sánchez, 2011). Un componente fundamental de esta narrativa es precisamente el elemento multimedia, que es una variable principal de análisis, con sus sub-variables correspondientes, en la tabla de contenido. Dentro de esta narrativa es fundamental el papel del usuario-lector y la interacción de este con el medio.

Una de las características del hipertexto que se evidencia en los reportajes multimedia del Periodismo *Slow* es que la información se estructura en módulos, o lo que se denominan herramientas multimedia, donde se combina en un contenido audio, vídeo, animaciones, fotografías, gráficos. Esto hace que la decisión del lector no persiga

una linealidad que ofrece usualmente una lectura que no es hipertextual (Sánchez, 2011).

3.2 Cuatro categorías de estudio

Para realizar esta investigación se ha diseñado una tabla de análisis donde se establecen cuatro categorías principales de estudio de la que parten un conjunto de variables y sub-variables de estudio. A través de las diferentes variables se pretende describir los distintos componentes y estructura del *storytelling* desde el eje hipertextual que se menciona previamente donde no se obtiene una lectura lineal, y se combinan una serie de herramientas multimedia en un contenido.

Precisamente es la hipertextualidad la que ofrece una nueva narrativa que se analizará en la tabla de codificación. Existe una multilinealidad de estructuras que ofrecen otra navegación al usuario junto con una interactividad distinta donde la retroalimentación es fundamental. El reportaje se convierte en un producto generador del diálogo (Marrero, 2008).

A continuación, se presenta una explicación de la tabla de análisis de contenido con más detalle. Aunque el modelo propuesto sigue la tabla de codificación de Berelson (1952), las variables se han adaptado a las nuevas narrativas que se aprecian en el Periodismo *Journalism*. La misma se estructura a partir de un rastreo y observación de reportajes de los tres medios analizados.

Ficha de Análisis de Contenido de la investigación para todos los medios

Categorías	Variables	Subvariables	
Géneros	Crónica		
	Entrevista		
	Reportaje		
	Opinión		
Temática	Cultura		
	Social		
	Político		
	Científico		
	Otros		
Hipermmedia	Fotografía		
	Vídeo		
	Audio		
	Imágenes recurso	Ilustración	
		Capturas de pantalla	
		Infografía	
		Gráfico interactivo	
		Mapa geográfico	
	Texto	Gráfico no interactivo	
		400 a 800 palabras	
		800 a 1200 palabras	
		1200 a 1600 palabras	
		1600 a 2200 palabras	
	Interactividad	2200 palabras en adelante	
		Enlace al propio medio	
Enlace a otra web			
Comentarios			
Perfiles Profesionales	Compartido		
	Profesional de la información		
	Periodismo Ciudadano		
	<i>Blogger</i>		
	Fotógrafo		
	Ilustrador		

Fuente: Elaboración propia a partir de Berelson (1952)

Primera variable es la del género periodístico, en esta categoría entran los diferentes géneros que, a través de la bibliografía consultada, podría trasladarse al Periodismo *Journalism*:

- Crónica
- Entrevista
- Reportaje
- Artículo de opinión

Aunque los autores hablan de reportaje multimedia únicamente, existen medios como la *Revista 5W* donde especifica que sus contenidos son crónicas de larga distancia. Una de las características del Periodismo *Slow* es precisamente la combinación de géneros, suele haber un híbrido dentro de sus contenidos lo que entorpece la distinción entre uno y otro (Marrero, 2008). Es común encontrar en una revista de este tipo de periodismo que haya una combinación de formatos como “la crónica, el reportaje en profundidad, el ensayo, la revista ilustrada o el fotoperiodismo” (Barranquero-Carretero, 2013, p. 434).

Resulta importante destacar que la mención del reportaje multimedia no lo encierra en un género específico sino en un conjunto de herramientas. “Si bien el reportaje multimedia puede mantener rasgos formales y de contenido del reportaje tradicional, el nuevo lenguaje periodístico supone la reconfiguración de algunos de estos rasgos y la introducción de otros elementos de carácter novedoso en su tratamiento” (Marrero, 2008, p.4). Se deduce de aquí que el Periodismo *Slow* usa como estructura narrativa este tipo de reportaje. Esto hace que el producto digital sea más rico en recursos.

En conclusión, la tabla de contenido tiene que incorporar un híbrido de los géneros interpretativos como el reportaje y la crónica que no se despegan de la actualidad, pero que se renueva con el eje de las herramientas multimedia lo que enriquece el *storytelling*. Sin embargo, también existen géneros que predominan con carácter más informativo y de opinión como podría ser la entrevista y los artículos de opinión, lo que produce géneros híbridos en este periodismo (Benaissa, 2017).

La segunda variable tiene relación con la temática que sigue este nuevo periodismo. Ante el estudio de bibliografía previo se podría pensar que suelen redactar sobre temas que guardan vínculos con minorías o incluso grupos marginados, pero abarca un campo mayor. Por lo que las categorías son:

- Cultural
- Política
- Social
- Científica
- Otros

Las temáticas que envuelven a los contenidos del *Slow Journalism* suelen ser diferentes a las que se pueden encontrar en los medios generalistas, de tal forma que son contenidos que precisamente se distinguen por tratar temas de minorías. También buscan crear un espacio dentro de la opinión pública para poderse fogear en otros campos de ámbito cultural y social y tener un rol principal en la vida pública (Craig, 2016).

Dentro de la variable temática es importante en la sub-variable “otros” puesto que engloba temáticas muy variadas que tengan relación con el cambio climático y la ecología, que también conviene observar. Actualmente, este periodismo persigue historias que hablen del desarrollo sostenible real, de las estructuras sociales junto con la regeneración que sufre la sociedad por el cambio climático, las nuevas tecnologías emergentes, y el estilo de vida de las sociedades minoritarias (Craig, 2016). Son temas que pueden tener una clasificación individual, sin embargo, los contenidos podrían ser de carácter social o cultural en su mayoría.

La tercera variable se centra en las características multimedia, según diferentes autores esta narrativa es la que distingue este periodismo de largo aliento de otros formatos. Dentro de cada categoría debe especificarse cuántas hay presentes por contenido y si se distinguen varias explicarlo en la tabla de la misma manera. Es sumamente importante comprender el uso de las nuevas narrativas en este tipo de periodismo por lo que la variable multimedia incluye sub-variables que detallan en la tabla:

- Fotografía
- Vídeo
- Audio
- Imágenes recurso
- Texto
- Interactividad

Las últimas sub-variables de las características multimedia presentan diferentes herramientas que ayudan a estructurar de manera más completa el *storytelling* del Periodismo *Slow*. Estas herramientas implican un estudio a profundidad de la narrativa multimedia.

La variable multimedia es la más compleja porque es el eje central de esta narrativa para el *storytelling* del Periodismo *Slow*. Las narrativas multimedia son apropiadas para este periodismo porque se renuevan los géneros tradicionales con elementos de la era digital (Benaissa, 2017). Son herramientas que deben complementar la historia, pero que no necesariamente pudiesen construir un relato independiente. Por esta razón, la herramienta textual también es sumamente importante.

Diferentes autores hablan sobre la extensión de los contenidos de este periodismo. “Los textos de largo aliento, es decir, de 2.000 palabras o más...” (Albalad, 2015 : 14).

Incluso podría ser un parámetro de referencia para identificar un texto del Periodismo *Slow*, que su narrativa se centre en un relato que tenga mínimo 2.000 palabras. En un estudio similar realizado por Barranquero-Carretero & Rosique-Cedillo (2015) explican en una tabla de análisis que la extensión media de estas piezas suele ser superior a las 2.000 palabras.

Este nuevo modelo de periodismo exige una tabla que se centre en el ámbito de las nuevas narrativas multimedia. “La hibridación de lenguajes y la convergencia tecnológica son las claves de una auténtica revolución silenciosa, que apunta hacia un modelo emergente en el periodismo actual” (Peñafiel, 2016 : 1). Esta nueva narrativa comunicación un tema según los nuevos formatos y plataformas digitales.

En esta narrativa el mensaje sigue siendo el núcleo principal, pero se expande y complementa con otros formatos multimedia. Es una historia amplia que abarca aspectos visuales como fotografías, vídeos, y gráficos (Peñafiel, 2016). Uno de los factores característicos del relato multimedia son los enlaces, y la interactividad que potencia la historia digital (Lassila-Merisalo, 2014). Es importante que el lector se vea involucrado en la historia y en el *click* fuera y dentro de la plataforma. Por esto, una de las sub-variables es la interactividad, y busca medir los enlaces dentro y fuera de la web.

Los usuarios son cada vez más activos y participantes. Parte de la definición del “*lineal-storytelling*” implica una historia no lineal que busca la participación de la audiencia para construir un nuevo discurso (Peñafiel, 2016). Por esto es fundamental tener una sub-variable que además de hablar de la interactividad, pueda medir como herramienta los comentarios y si se comparte el contenido. “La interactividad permite el intercambio entre los actores de la comunicación y apunta a trascender la simetría de los modelos comunicativos precedentes” (Marrero, 2008, p. 348).

La tabla de análisis de contenido, en la variable de multimedia, va de las sub-variables a las herramientas más específicas. Para una mejor distinción de este apartado de la investigación, se sigue la línea planteada por Marrero (2008):

La multimedialidad contiene dos dimensiones fundamentales. La primera incluye los elementos empleados, a saber, los formatos disímiles de la información: texto escrito, sonido, imágenes fijas y en movimiento e infografías; la segunda refiere la forma de combinación que se establece entre estos elementos que puede ser por yuxtaposición o por integración. (p, 348)

Aunque no se sigue exactamente esa línea si no que se modifica, se recurre a ella como referencia para establecer algunas variables del apartado multimedia que se completa según el trasteo previo, de los tres medios, al estudio. Hay autores que explican que la narrativa multimedia es una de las características del periodismo de largo aliento, por lo que es fundamental que la tabla de análisis de contenido estudie las herramientas multimedia. El medio *Longform* define el Periodismo *Slow* precisamente como la narrativa que involucra un *stroytelling* que se presenta de manera amena al

lector, utilizando elementos multimedia para completar la historia (Ritter y Winqes, 2015).

Una de las características principales que permite estructurar mejor la tabla de contenido para analizar los 24 reportajes es la que hace referencia a la narrativa vertical. En el formato que usan los medios que se investigan se habla del *scrolling* porque el usuario mueve el cursor de manera vertical para consumir un contenido en plataformas como Atavist o SparkAdobe, y otros muchos gestores de contenido. Este es un elemento diferenciador con respecto a la narrativa horizontal donde existe un menú con capítulos y secciones. Para poder establecer correctamente las sub-variables de la variable multimedia se realiza primero un rastreo de cómo se escribe en los medios de Periodismo *Slow*.

La cuarta variable tiene que ver con el nombre de la persona encargada de cada pieza y cuántas personas participan, lo que permite analizar el perfil profesional de quien participa en esta narrativa. Llama la atención con el estudio de contenido del Periodismo *Slow*, que no todos los redactores son periodistas, por lo que se hace la siguiente distinción dentro de las categorías, donde también se debe indicar cuántas personas participan en la elaboración de cada contenido:

- Profesional de la información
- Periodismo ciudadano
- *Blogger*
- Fotógrafo
- Ilustrador

Una distinción importante es la del infógrafo, al revisar previamente los medios aparecen las infografías separadas de los reportajes multimedia. Si se cuenta con un profesional específico para la redacción, y elaboración, de estas, pero no es lo mismo que el objeto de investigación que en este caso se centra en reportajes. Uno de los valores que tiene este periodismo es que le da importancia al valor humano y decide invertir en ello en lugar de consultar, o consumir, información de agencias (Benaissa, 2017).

Las publicaciones que se dedican a hacer Periodismo *Slow* establecen un modelo de negocio alterativo, lo que no implica que los medios generalistas no tengan un apartado para este tipo de periodismo. Cuando periódicos como *El País* deciden hacer un reportaje multimedia implica tiempo y equipos multidisciplinares. Esto hace que necesiten buenos profesionales de la información con creatividad y visión empresarial para cubrir la información que no está siendo detectada, o tratada, por los grandes medios generalistas (Benaissa, 2017). Esto también implica un proceso de financiación en un mercado alternativo.

La tabla de análisis se detiene a investigar la cantidad de perfiles profesionales que se involucran como equipo multidisciplinar para redactar un reportaje multimedia. Esta

nueva corriente en el periodismo busca generar un producto informativo de calidad, que además implica la presencia del periodista *in situ* para contextualizar, analizar e interpretar la situación que se va a narrar.

En el caso de esta investigación, la tabla de contenido se centra en los aspectos formales para distinguir el uso de las herramientas multimedia como factor principal. Asimismo, no hay una tabla que se use como referencia si no la indagación bibliográfica-documental previa de los medios que se analizarán para trastear la narrativa multimedia que anticipa al análisis. Los conocimientos que se usan para elaborar el marco teórico permiten la construcción categorial de la tabla. A continuación, se hace referencia de la tabla realizada.

4. Resultados

Los resultados de la investigación se presentan ordenados a partir de cada una de las categorías investigadas según la tabla de análisis (consultar Anexo I). Se estudiaron 24 reportajes durante el mes de mayo de los medios *Yorokobu*, *Delayed Gratification*, y la *Revista 5W*¹⁹. Estos están dedicados exclusivamente a este periodismo. Se usan gráficos con porcentajes elaborados a partir de las 24 tablas de contenido para cada uno de los reportajes. Los gráficos representan en total de cada una de las categorías, junto con sus variables representadas en porcentajes.

Los gráficos muestran una comparativa que existe entre los 24 reportajes. Sirven como referencia para visualizar mejor el resultado que arroja el estudio. La estructura que sigue este apartado es por cada categoría, y no por medio porque quiere analizar el total de la muestra de manera objetiva, sin importar el medio al que pertenezca para establecer qué estructura sigue un reportaje multimedia que pertenece al Periodismo *Slow*. En el segundo apartado, se diferenciará el producto según cada uno de los tres medios analizados para hacer una comparativa más completa.

El desenlace del análisis de contenido se estructura según la categoría de los 24 reportajes. En segundo lugar, existe un apartado que muestra cómo es la narrativa multimedia de cada medio. La finalidad de la investigación es estudiar la estructura formal y narrativa de los contenidos del Periodismo *Slow*.

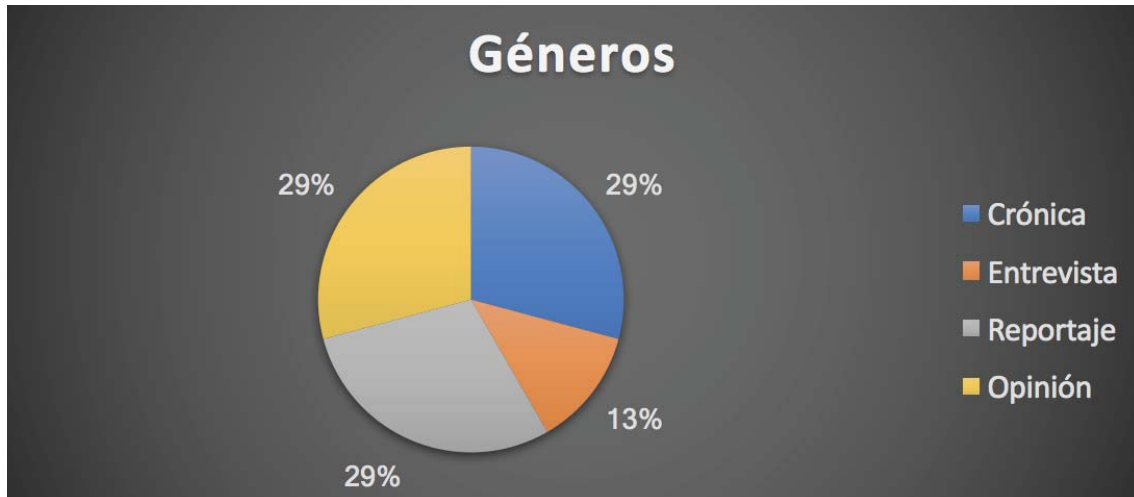
4.1 Categoría del género periodístico

Según las categorías de la tabla de análisis de contenido hay una presencia equitativa con lo que respecta a la crónica, el reportaje y la opinión, mientras que el género entrevista resulta menor. Al analizar 24 piezas, solo tres de ellas pertenecen a la variable entrevista lo que se traduce a un 13% total de la muestra. Los otros tres géneros

¹⁹ La *Revista 5W* es la única, de los tres medios analizados, cuyo contenido no es gratuito y se necesita suscripción.

representan un 29% cada uno (Gráfico 1). La entrevista es un género que no tiene casi presencia porque el Periodismo *Slow* abarca, usualmente en sus contenidos, un marco referencial geográfico-temporal que no se puede plasmar en una entrevista con la misma facilidad con la que se evidencia en los demás géneros.

Gráfico 1. Análisis de los géneros utilizados en la narrativa de Periodismo *Slow*

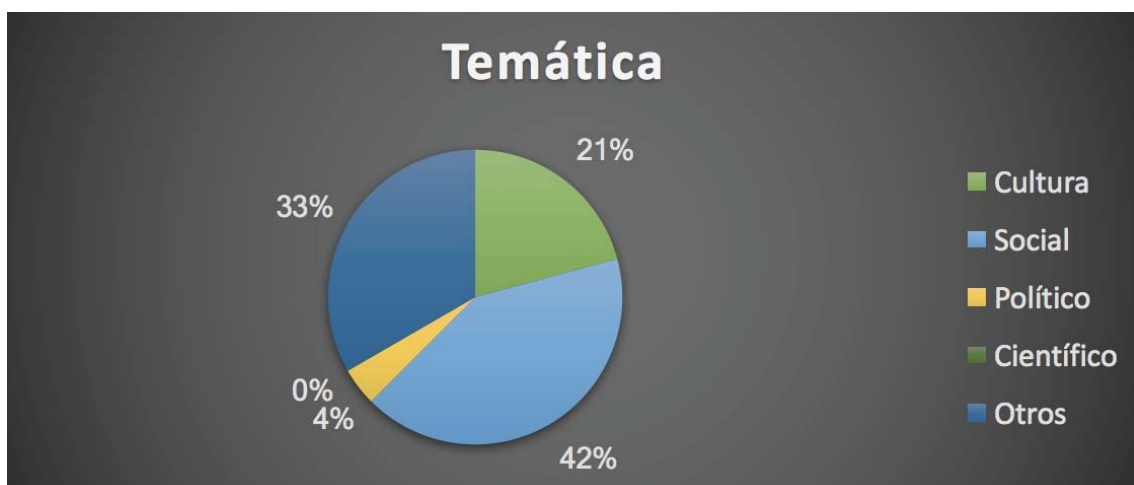


Fuente: elaboración propia.

4.2 Categoría de la temática

La segunda categoría de la tabla es la temática, la misma tiene como variables los contenidos: social, cultural, político, científico y otros. El estudio final arroja como resultado que la sub-variable “otros” tiene contenidos que tratan del medio ambiente o la tecnología. Los mismos no pueden introducirse en la variable “científico” porque este apartado guarda mayor relación con temáticas como salud o herramientas para el desarrollo científico (Gráfico 2).

Gráfico 2. Análisis de las temáticas utilizadas en la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

La variable que tiene el mayor porcentaje sería la social que representa un 42%, esto implica que, de los 24 contenidos, 10 se corresponden con esta. La siguiente variable es “otros” con un 33%. Como se explica anteriormente, los contenidos que se vinculan con esta serían: tecnología, medio ambiente y ecología, con un total de ocho reportajes. También hay una presencia importante de contenidos culturales, sin embargo, solo representa el 21% que se corresponde en la muestra con cinco de los reportajes analizados (Gráfico 2).

La variable “científico” no presenta ningún contenido que se haya podido clasificar dentro de esta porque el Periodismo *Slow* trata temáticas relacionadas al medio ambiente y la ecología antes de presentar un contenido que hable de una enfermedad, por ejemplo.

Un ejemplo de lo mencionado previamente es el contenido cuya temática se encierra en la variable “otros” e involucra al medio ambiente. Es un reportaje multimedia de la revista inglesa *Delayed Gratification* sobre el cambio climático en Kenya²⁰. En la tabla de contenido se indica que la temática pertenece al “medio ambiente”, sin embargo, no se usa como categoría porque de las 24 piezas analizadas solo dos arrojan este mismo resultado.

Un resultado que arroja un porcentaje menor al esperado es el político con solo un 4%, lo que implica que una sola pieza se corresponde con esta temática. En este caso se aprecia que el Periodismo *Slow* busca tratar temas sociales, y sobre todo hablar de minorías, antes de involucrarse en la política de un país o región.

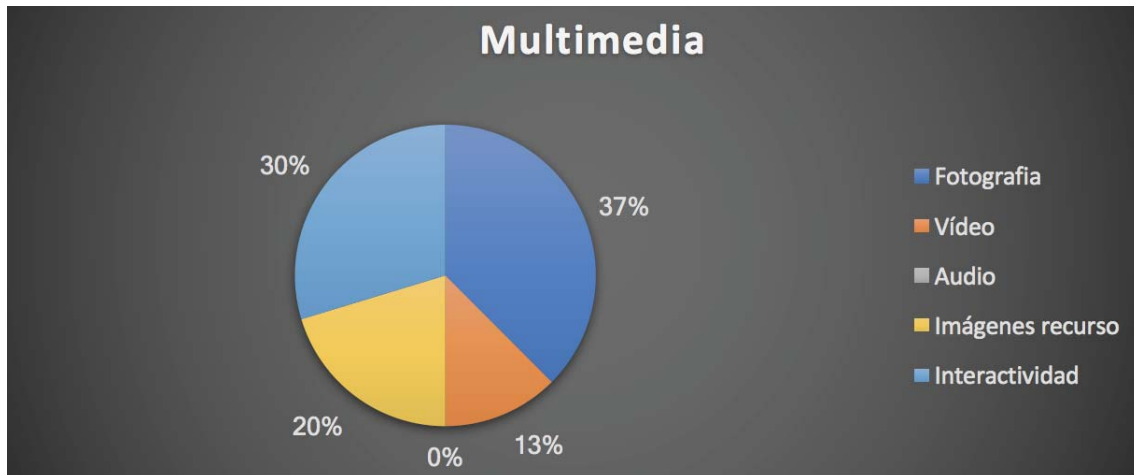
4.3 Categoría multimedia

La próxima categoría estudiada es la de multimedia. Es la más compleja debido a que este es el eje central del Periodismo *Slow* porque sus contenidos no solo tienen fotografías o vídeos; además, es frecuente encontrar piezas que presentan también gráficos junto con mapas geográficos e incluso líneas de tiempo como es el caso del reportaje de la revista *Yorokobu* sobre la contaminación²¹. La misma incluye dos gráficos interactivos y un mapa geográfico en la sub-variable “Imágenes Recurso” porque son estructuras visuales que se utilizan para enriquecer, y completar, la narrativa multimedia, pero no son el eje central del *storytelling*.

²⁰ Ver reportaje de la revista *Delayed Gratification* <https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/surveying-kenyas-climate-of-change> (Consultado en mayo de 2018)

²¹ Ver reportaje de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/contaminacion/> (Consultado en mayo de 2018)

Gráfico 3. Análisis de la variable multimedia utilizada en la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

En la categoría multimedia, sin mostrar aun las sub-variables, las piezas tienen una presencia dominante de fotografía y de interactividad. Hay contenidos donde la fotografía es la base del *storytelling* como sucede con la mayoría de los reportajes de la *Revista 5W*, por ejemplo, la crónica sobre las elecciones en Líbano²² donde hay 14 fotografías que protagonizan la pieza (Gráfico 3).

Este gráfico no se elabora según los 24 reportajes, sino que buscar ver qué herramienta multimedia tiene mayor presencia. Esto significa que un contenido puede tener todas las variables de la categoría multimedia. Asimismo, el 37% que arroja el estudio se corresponde con las demás variables. Los 24 reportajes tienen, como mínimo, una fotografía, pero pueden tener más variables. El gráfico lo que muestra es que la herramienta que más se usa es la fotografía dentro de la narrativa multimedia.

Por otro lado, la interactividad presenta un 30% con respecto al total de la muestra lo que implica que 19 de las 24 piezas tienen alguna interacción presente (ver gráfico 6). Sin embargo, hay medios donde los comentarios, o los enlaces, son un recurso principal, y otros donde no es importante ni siquiera mostrar cuántas veces se comparte un contenido en las redes sociales. De hecho, el único medio que muestra la cantidad de *shares* es la revista *Yorokobu*.

No hay ninguna presencia de audio en las piezas, no obstante, aunque no se llega a analizar un reportaje que tenga la presencia de esta sub-variable, en la *Revista 5W* hay contenidos que eran exclusivamente audios, pero que no se usaron para el análisis de la tabla de contenido. El vídeo tampoco tiene una presencia destacada, de las 24 piezas

²² Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/where/elecciones-libano-una-mirada-dentro> (Consultado en mayo de 2018)

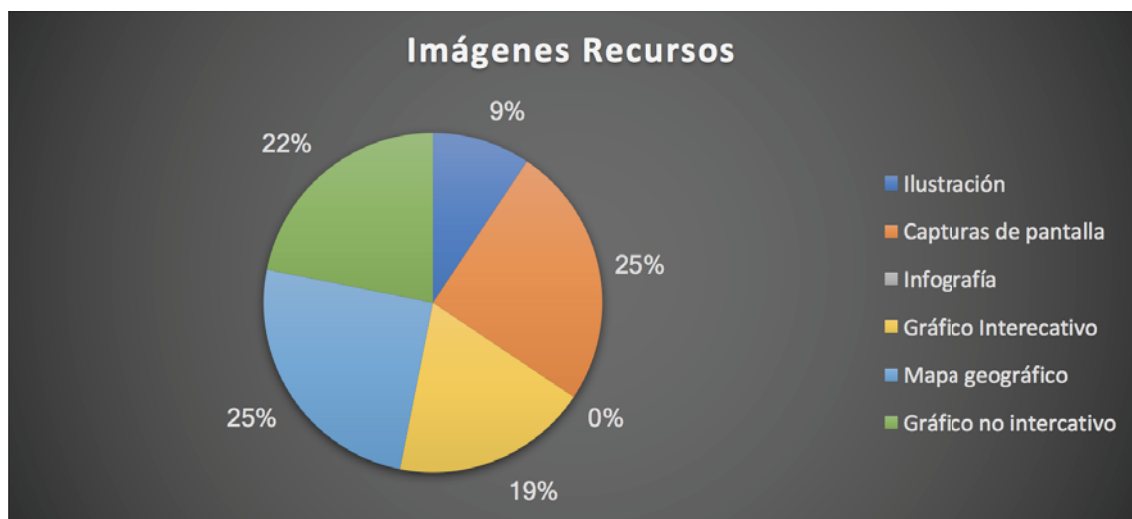
solo ocho tienen este tipo de contenido audiovisual, esto representa 1/3 de la muestra final. Además, no son de duración mayor a tres minutos. Suelen tener una duración que se corresponde entre 50 segundos y tres minutos.

Un reportaje donde el vídeo es parte del eje central de la pieza es el caso del contenido de las Islas Feroes²³ de la revista *Yorokobu* donde se sitúa al lector mediante la presencia de un vídeo de 360 grados. Aunque no es un tipo de eje común dentro del *Slow Journalism* sirve para generar un cierto atractivo dentro del reportaje multimedia.

La variable multimedia es extensa por lo que se realiza una división para las sub-variables de “imágenes recurso” y de “interactividad” lo que permite analizar con mayor profundidad qué tipo de contenido multimedia se usa dentro de los reportajes que se corresponden con este tipo de periodismo. Las variables de “imágenes recurso” y de “interactividad” presentan gráficos independientes porque no se habla solo de cuántos gráficos hay, el estudio busca especificar cuántos gráficos hay en comparación con los no interactivos, por ejemplo, y cuán importante puede ser la presencia de este tipo de aspectos en el Periodismo *Slow*.

La variable multimedia es la más trabajada porque es la que caracteriza al Periodismo *Slow*. Con respecto a las imágenes recurso son eje central dentro de la narrativa multimedia porque acompaña al lector la presencia de gráficos, mapas, e incluso capturas de pantallas.

Gráfico 4. Análisis de la variable de las imágenes recurso utilizadas en la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

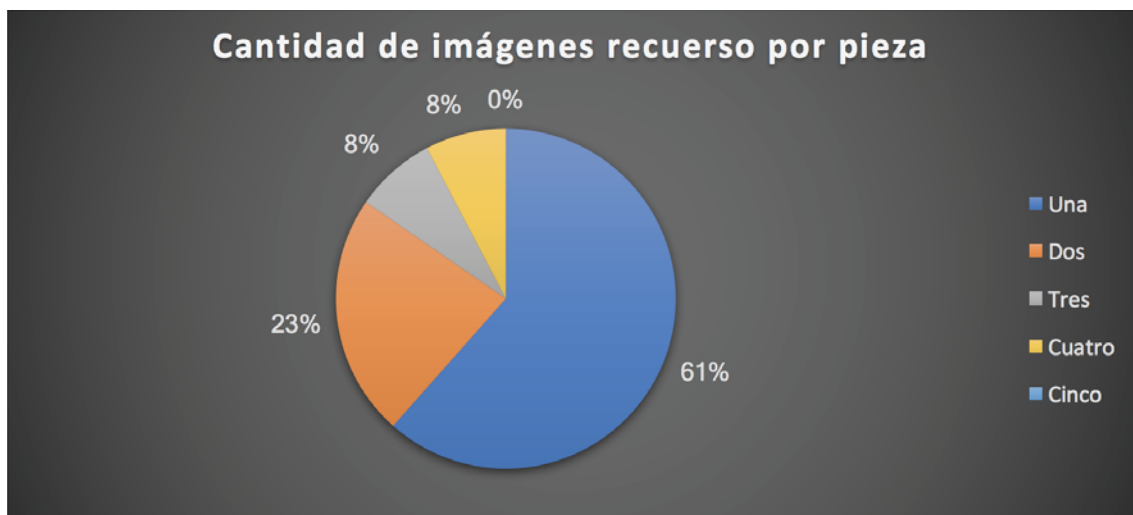
²³ Ver reportaje de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/ovejas-cartografas/> (Consultado en mayo de 2018)

Un resultado fundamental es que no hay presencia de infografías dentro de los 24 reportajes analizados. En el caso de la revista inglesa *Delayed Gratification* esto sucede porque estos contenidos tienen un apartado completamente diferente dentro de su web donde se diferencia una infografía de un reportaje multimedia, por ejemplo. En los otros medios españoles no se encuentran infografías dentro de las piezas analizadas o en otros apartados dentro del medio (Gráfico 4).

El análisis arroja un resultado equitativo con respecto a los mapas geográficos junto con las capturas de pantalla. Es común encontrar que las piezas que se refieren a un país suelen usar un mapa geográfico para ubicar y situar al lector como es el caso del reportaje sobre los refugiados²⁴ de la *Revista 5W* que presenta un mapa mundial elaborado por Acnur sobre el “triángulo refugiado”.

Estos dos porcentajes, que son equivalentes, implican que hay ocho piezas donde se encuentran este tipo de herramientas multimedia, es decir, 1/3 de los reportajes tienen alguno de estos dos recursos. Los gráficos, tanto interactivos como no interactivos, también guardan relevancia, aunque no tanto como los primeros recursos. Sin embargo, no hay mucha diferencia en porcentaje con los que sí poseen interacción, y los que no. Por ejemplo, el reportaje multimedia sobre el caso Fariña²⁵ de la revista *Yorokobu* presenta el contraste de los interactivo con lo no interactivo junto con la presencia de las capturas de pantalla.

Gráfico 5. Análisis de la cantidad de imágenes recurso que se utilizan en cada contenido dentro de la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

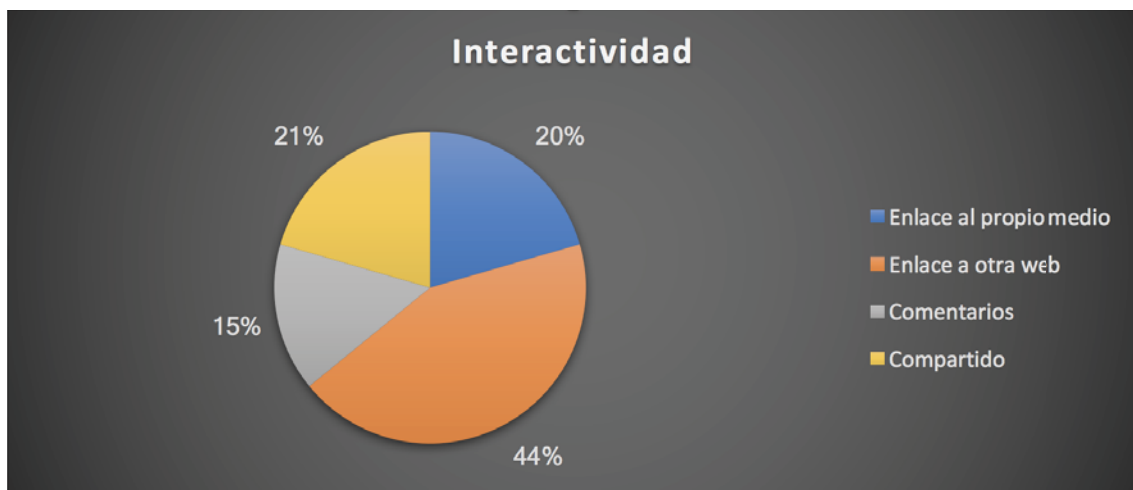
²⁴ Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/what/el-1-ciento-busca-refugio> (Consultado en mayo de 2018)

²⁵ Ver reportaje de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/farina-y-facebook/> (Consultado en mayo de 2018)

En este gráfico se muestra la cantidad de imágenes recurso por pieza, dentro de la variable multimedia. En este caso un 61% de los contenidos presenta esta herramienta por lo que es fundamental que exista, como mínimo, la presencia de un gráfico en los reportajes multimedia del Periodismo *Slow*. Lo que se entiende por el análisis de contenido es que no se usan más de dos recursos por pieza porque la combinación de estas herramientas junto con el texto extenso, más fotografías y vídeos puede llegar a saturar al lector e incluso hacer que pierda el interés. Sin embargo, si debe utilizarse un recurso para fortalecer el *storytelling*.

Con lo que respecta a la interactividad es una sub-variable dentro de la variable multimedia que también se relaciona en importancia con la previamente expuesta. Generar interactividad en el siglo XXI implica una retroalimentación entre el lector y el medio.

Gráfico 6. Análisis de la variable interactividad utilizada en la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

El gráfico muestra que un 44% de las piezas presentan un enlace a otra web para completar, o complementar, el contenido que se le presenta al lector. Asimismo, puede haber un único enlace en el reportaje multimedia o ser el eje central de la pieza como es el caso de la crónica de la *Revista 5W* sobre el Gobierno de Delhi²⁶. La misma presenta un total de 34 enlaces a otras páginas (Gráfico 6).

Son 17 las piezas que presentan este tipo de enlaces en contraposición a las ocho que tienen los enlaces a otras páginas del mismo medio. En la crónica de la *Revista 5W* sobre la batalla por Mosul²⁷ se presenta una combinación de ambas herramientas, hay 7 enlaces al propio medio y 3 enlaces a otras páginas.

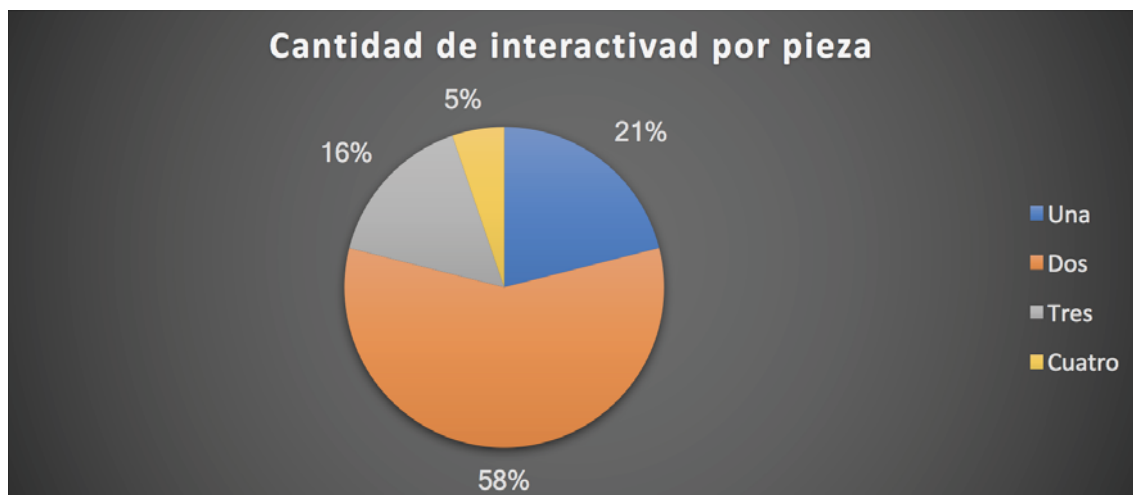
²⁶ Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/why/los-indignados-ya-gobiernan-delhi> (Consultado en mayo de 2018)

²⁷ Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/why/irak-la-caotica-batalla-mosul> (Consultado en mayo de 2018)

El único medio que muestra la cantidad de veces que fue compartida una pieza es la revista *Yorokobu*, es un apartado que se encuentra en la parte superior del contenido. No obstante, no puede establecerse una buena comparación con los otros 16 reportajes porque los medios no muestran cuántas veces se ha compartido, solo dan la posibilidad de compartir el contenido como tal.

Los comentarios aparecen como la herramienta menos utilizada, lo más frecuente es encontrar a lo sumo dos comentarios por contenido. No suele usarse con mucha frecuencia, ni se generan conversaciones extensas entre los usuarios. De los reportajes analizados, el que tiene mayor interactividad en este aspecto es el contenido de Apple²⁸ de la revista *Yorokobu* que presenta una retroalimentación entre usuarios con mayor extensión que los demás.

Gráfico 7. Análisis de la cantidad de interactividad que puede haber por contenido en la narrativa de Periodismo *Slow*



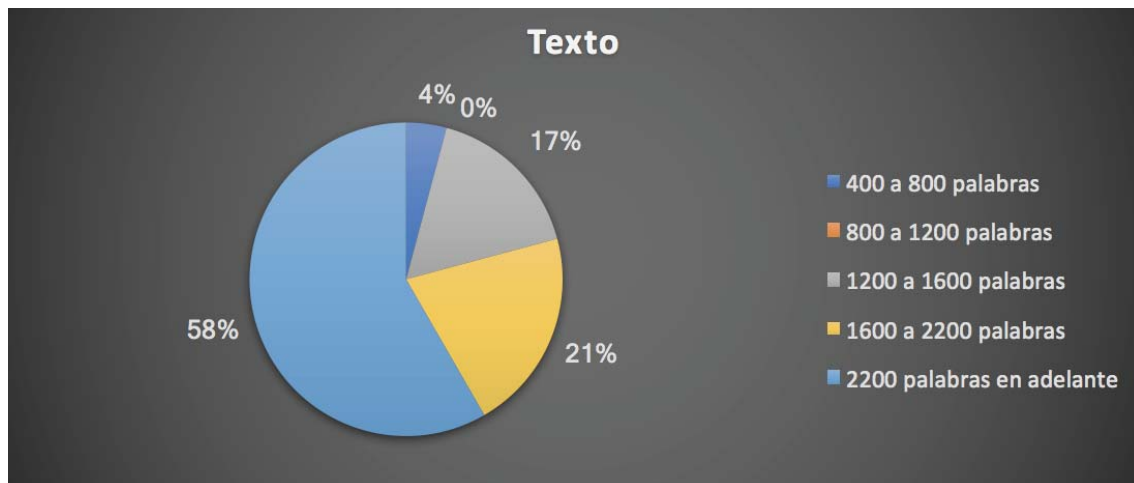
Fuente: elaboración propia

Este gráfico muestra que los reportajes suelen tener dos herramientas de interactividad por pieza, suelen ser los enlaces al propio medio y a otra web. De las 24 piezas analizadas hay 11 en total que tiene estas dos herramientas. Mientras que hay un 21% que solo presenta una. Es interesante destacar que un 5% presenta las cuatro herramientas de la sub-variable interactividad, que son el enlace al propio medio, el enlace a otra web, los comentarios, o las veces que fue compartido (consultar Gráfico 6). Existe un contenido sumamente completo que se le presenta al usuario para que permanezca más tiempo en la web, por ejemplo.

²⁸ Ver reportaje de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/apple-y-el-porque-del-storytelling/> (Consultado en mayo de 2018)

La última sub-variable que se analiza dentro de la variable multimedia es la textual. Aunque el usuario podría pensar que siempre va a haber texto dentro de un reportaje multimedia, el Periodismo *Slow* puede presentarse en un formato específico donde solo haya audio o solo se encuentre con una infografía. No obstante, las 24 piezas analizadas tienen una presencia importante de esta variable donde el texto suele ser más extenso que en el caso de una noticia dentro de un medio generalista.

Gráfico 8. V Análisis de la variable textual como herramienta dentro de la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

En este gráfico se evidencia lo previamente expuesto. Asimismo, una de las características del Periodismo *Slow* es precisamente los reportajes más extensos donde no haya que preocuparse por un máximo de caracteres, y donde el tiempo que le toma al periodista presentar un trabajo final se pueda ver plasmado en la extensión de la pieza.

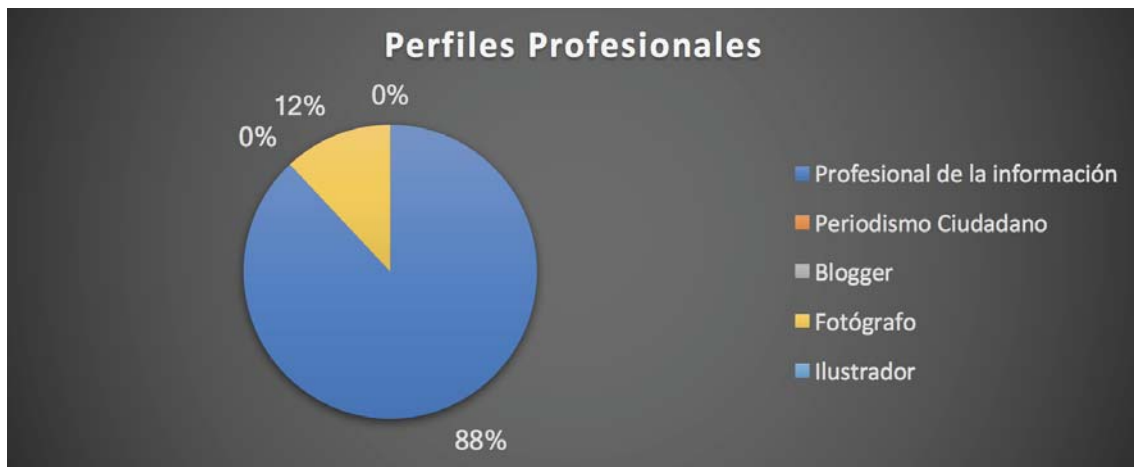
En el análisis de contenido, un 58% se corresponde con tener presente más de 2200 caracteres. Esto representa un total de 14 de las 24 piezas. El otro porcentaje mayor, con un 21%, también implica un número de caracteres alto, entonces la herramienta textual es sumamente importante para este tipo de periodismo. El contenido que tiene mayor extensión es la crónica sobre el éxodo presente en Europa²⁹ de la revista inglesa *Delayed Gratification*. Cuenta con una narrativa extensa de 6523 caracteres.

4.4 Categoría del perfil periodístico

Con respecto a la variable del perfil profesional varía según el medio. Sin embargo, en los tres que se analizan, y en las 24 piezas, es un común denominador que solo se use un profesional por cada contenido y que el mismo sea un periodista.

²⁹ Ver reportaje de la revista *Delayed Gratification* <https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/anatomy-of-an-exodus> (Consultado en mayo de 2018)

Gráfico 9. Análisis de la categoría del perfil profesional que se utiliza en la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

El gráfico arroja que el 88% del contenido presenta como encargado de la pieza a un profesional de la información, es decir, a un periodista. No hay presencia de Periodismo Ciudadano o de *Bloggers* dentro de los 24 reportajes analizados. El otro perfil que tiene cierta relevancia es el del fotógrafo. Sin embargo, es mucho menor su presencia en comparación con la de un periodista con lo que respecta al perfil profesional que se usa para los contenidos del Periodismo *Slow* (Gráfico 9).

Asimismo, el único medio que utiliza fotografías para crear una pieza en su totalidad, de los analizados, es la *Revista 5W* porque la fotografía forma parte de su *storytelling*, y es una herramienta fundamental para sus contenidos. Son tres los contenidos que están hechos por fotógrafos, en contraposición a los 22 contenidos realizados por únicamente por periodistas. Los otros perfiles no reflejan resultados en el análisis de contenido. En concreto, el infógrafo no se introduce como perfil porque las infografías son contenidos diferentes en estos medios de comunicación que implican *storytellings* que difieren al eje comunicacional de los reportajes multimedia.

Gráfico 10. Análisis de la cantidad de perfiles profesionales utilizados en la narrativa de Periodismo *Slow*



Fuente: elaboración propia

En este gráfico se muestra la cantidad de perfiles que se pueden llegar a utilizar en un mismo contenido. Arroja un porcentaje superior que se corresponde a 21 piezas que utilizan un solo perfil, en este caso el del profesional de la información. Las 3 piezas que si combinan dos perfiles son el del periodista y el del fotógrafo.

Una entrevista que muestra la combinación de estos dos perfiles es la que se presenta sobre Caracas³⁰ en la *Revista 5W*. Desde el inicio el medio explica que el contenido está hecho por un fotoperiodista junto con un corresponsal que escribe desde América. Nuevamente, este es un medio donde el eje central de la mayoría de sus contenidos es la fotografía, por lo que es común usar a fotógrafos dentro de las piezas o incluso como redactores únicos.

4.5 Resultados específicos por cada medio de comunicación

4.5.1 Revista *Yorokobu*

Es el medio que presenta mayor interactividad con respecto a los demás. Es el único que incluye un apartado que muestra la cantidad de veces que se ha compartido un contenido, y que tiene más comentarios y conversaciones entre los usuarios que los otros dos medios analizados. Un ejemplo de una pieza que presenta todas las herramientas de interactividad de la tabla es un artículo de opinión que habla sobre la importancia de un cuaderno³¹.

³⁰ Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/what/el-solista-caracas> (Consultado en mayo de 2018)

³¹ Ver reportaje de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/tomar-notas/> (Consultado en mayo de 2018)

En este caso hay un enlace al propio medio, siete enlaces a otras páginas, dos comentarios, y es compartido 99 veces. Además, es el medio que suele presentar mayor diversidad en sus contenidos, es decir, sus piezas presentaban varias sub-variables, y herramientas. Por ejemplo, en este contenido sobre la contaminación³² hay una fotografía, una captura de pantalla, dos gráficos interactivos, y un mapa.

El medio que presenta más vídeos como herramienta multimedia es *Yorokobu*. Hay reportajes que pueden presentar hasta tres vídeos como el artículo de opinión de Apple³³. En este caso los vídeos se encuentran integrados dentro del reportaje y no son enlaces externos a la pieza.

Otra variable que destaca en este medio es que el uso de la herramienta textual en la variable multimedia es menor que en los otros dos medios. Hay menor presencia de texto en *Yorokobu* en contraposición a las otras revistas. Esto se relaciona al uso de otras herramientas multimedia como las imágenes recurso o la interactividad que predomina en este medio, como se explica anteriormente.

Un aspecto que destaca en el análisis de contenido de los ocho reportajes de este medio es que la temática representa la sub-variable “otros”, y suelen ser contenidos que involucran: ecología, medio ambiente o tecnología

4.5.2 Revista *Delayed Gratification*

Esta revista inglesa presenta una mayor herramienta textual que las revistas españolas analizadas. Aunque sí hay presencia de enlaces a otras páginas, es muy escaso el uso de esta herramienta en comparación con los otros dos medios.

Delayed Gratification se centra en que su contenido sea predominantemente textual porque tampoco incluye un número alto de herramientas multimedia. Son los contenidos que tiene el mayor número de caracteres de los tres medios analizados, usualmente presentan como herramienta multimedia el texto y las fotografías. Este es el caso de un contenido que habla sobre una película llamada “*Clash of loyalties*”³⁴. A pesar de ser sumamente completo, y extenso, textualmente; la única otra herramienta multimedia que posee es la fotografía.

³² Ver reportaje de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/contaminacion/> (Consultado en mayo de 2018)

³³ Ver reportaje de la revista *Yorokobu* <https://www.yorokobu.es/apple-y-el-porque-del-storytelling/> (Consultado en mayo de 2018)

³⁴ Ver reportaje de la revista *Delayed Gratification* <https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/a-clash-of-loyalties> (Consultado en mayo de 2018)

Asimismo, de los tres medios es el que presenta menor nivel de interactividad y contenidos con menos recursos multimedia. Su eje central en el *storytelling* son las historias extensas, bien trabajadas. Tiene piezas con temáticas muy diversas, abarca desde la tecnología hasta el ámbito social y cultural. Los otros medios si presentan una línea más definida con respecto a la variable temática.

También destaca la similitud entre los géneros que se usan en este medio, predomina el reportaje. En este caso cinco de los ocho reportajes analizados en este medio se corresponden con la variable reportaje.

4.5.3 Revista 5W

Es una revista donde el eje central del *storytelling* es claramente la fotografía. Los contenidos analizados suelen tener entre seis y 14 fotografías cada uno. Además, destaca la presencia del fotógrafo como perfil profesional en contraposición a los otros medios que solo presentan al periodista, dentro de la variable del perfil. También es el único medio que utiliza dos perfiles profesionales para un solo contenido a diferencia de las otras revistas de Periodismo *Slow*.

Un caso donde se evidencia lo previamente expuesto es en un foto-reportaje elaborado por la fotógrafa Carole Alfarah sobre la situación en Siria³⁵. La fotografía tiene una dimensión completamente diferente, se convierte en un reportaje que incluso pudiese excluir la herramienta textual y convertir la imagen como el eje central de la narrativa. Son imágenes con mucha carga visual, incluso ocupan mayor espacio que el texto lo que hace que capturen la atención del lector.

En la revista se hace uso frecuente de la variable multimedia, sobre todo de la sub-variable fotografía y de la sub-variable de las imágenes recurso. Hay contenidos que presentan varios gráficos, tanto interactivos como no interactivos, y que tienen mapas geográficos para que el lector pueda contextualizarse dentro de la historia. En el caso del reportaje sobre los refugiados³⁶ presenta en la sub-variable de imágenes recurso un mapa geográfico y tres gráficos no interactivos. Utiliza cuatro fotografías, y destaca por el uso de varias herramientas de la sub-variable interactividad. Tiene cuatro enlaces al propio medio, un enlace a otra web, y dos comentarios.

El ejemplo citado previamente es un reportaje sumamente completo que contempla utilizar más de una herramienta de la variable multimedia para enriquecer el contenido. Sin embargo, son piezas con una extensión menor con respecto a la sub-variable textual.

³⁵ Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/where/el-vacio-siria> (Consultado en mayo de 2018)

³⁶ Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/what/el-1-ciento-busca-refugio> (Consultado en mayo de 2018)

La *Revista 5W* utiliza en todos sus contenidos enlaces al propio medio, junto con enlaces a otra web. Incluso, la crónica sobre el gobierno de Delhi³⁷ presenta 34 enlaces a otras páginas para enriquecer la pieza.

5. Conclusiones

Una vez realizado el estudio bibliográfico del Periodismo *Slow* junto con el análisis de contenido de 24 reportajes multimedia de los tres medios: *Yorokobu*, *Delayed Gratification*, y la *Revista 5W*, se puede dar por cumplido el objetivo principal del presente Trabajo de Fin de Grado que es presentar un modelo de referencia basándose en el estudio de la narrativa multimedia de tres medios.

El estudio bibliográfico permite esbozar una muestra de las características con una definición de qué es el Periodismo *Slow* y qué valores envuelven este periodismo. Benaissa logra definir este periodismo como un nuevo género periodístico que se basa en el estilo ensayístico junto con la extensión como clave narrativa (2017). Aunque hay diferencias empíricas para generar un concepto clave de qué es el Periodismo *Slow*, esta es la definición que estructura la investigación.

La autora mencionada previamente, explica en su línea de investigación que la primera vez que se emplea el término *Slow Journalism* es en el 2007 (Greenberg) y que una década después sigue sin definirse concretamente. Sin embargo, hay dos características que siempre están presentes dentro del concepto de este periodismo y es el tiempo y la calidad. Greenberg explica que la referencia a este estilo periodístico se usa para darle el mismo protagonismo a los hechos que se narran, que al proceso investigativo. Es un periodismo cuya calidad es elevada y contrarresta los grandes flujos de noticias (2015).

Para completar la definición del Periodismo *Slow* se explican unas características que están presentes dentro de su narrativa. Es un estilo que desafía el ciclo de 24 horas/ 7 días de la semana. La extensión no es una normativa, la normativa es la calidad y los géneros interpretativos como el reportaje en profundidad o la crónica. Las temáticas no giran en torno a lo novedoso si no a lo que no queda cubierto por los medios sensacionalistas, dándole un valor principal al ciudadano. Este periodismo rescata los valores que se usaban en el Periodismo de Investigación o en el Nuevo Periodismo del siglo XIX y el siglo XX.

A través del análisis de contenido de los 24 reportajes multimedia se pueden confirmar las hipótesis planteadas previamente a la investigación. En el caso de la primera hipótesis señala que los medios dedicados al Periodismo *Slow* plantean una

³⁷ Ver reportaje de la *Revista 5W* <https://www.revista5w.com/why/los-indignados-ya-gobiernan-delhi> (Consultado en mayo de 2018)

nueva narrativa multimedia en sus reportajes digitales. La categoría que analiza los elementos multimedia de la tabla (consultar Anexo 1) permite demostrar cómo los reportajes de este periodismo combinan diferentes herramientas multimedia como eje central en la narrativa.

En segundo lugar, se confirma la hipótesis que concibe el Periodismo *Slow* como un nuevo estilo periodístico, como explican las autoras citadas previamente, que satisface las demandas actuales informativas de la audiencia porque el valor de la herramienta interactividad es fundamental dentro de su contenido (consultar Gráfico 6). Esta hipótesis se afirma gracias al estudio bibliográfico donde se logra definir este estilo junto con sus características como las estructura (Barranquero y Rosique, 2014).

En tercer lugar, se confirma la última hipótesis que hace referencia a los contenidos de los medios analizados. Tanto la *Revista 5W*, como *Yorokobu*, o la revista inglesa *Delayed Gratification* producen contenidos adaptados a los nativos digitales con herramientas multimedia. En el caso de la categoría multimedia, se encuentra presente dentro de los 24 reportajes estudiados. Los 24 contienen fotografías, 19 de ellos tiene algún elemento interactivo, y 13 utilizan imágenes recursos.

Una vez confirmados los objetivos e hipótesis, el análisis expuesta permite establecer cuatro conclusiones concretas:

En primer lugar, el Periodismo *Slow* construye el eje central de su narrativa con la herramienta textual que supera los 2200 caracteres en 14 de los 24 reportajes analizados, y luego en se elabora según una serie de elementos multimedia. En el caso de esta investigación los elementos que se utilizaron con mayor frecuencia son la fotografía en los 24 reportajes, 17 enlaces a otras páginas, y ocho capturas de pantalla junto con ocho mapas geográficos.

En segundo lugar, con respecto a la tabla del análisis de contenido, se puede concluir que el Periodismo *Slow* prefiere los géneros interpretativos y que la mayoría de sus contenidos se corresponden con la crónica, el reportaje, o el artículo de opinión en un total de 7 contenidos cada uno. Son géneros que permiten una mayor extensión y que invitan a un consumo pausado, especialmente la crónica y el reportaje en profundidad (Barranquero, 2003).

En tercer lugar, según el análisis de contenido de los 24 reportajes, con respecto a la temática, se concluye que es un periodismo que trata temas relacionados con minorías, y que en su mayoría son sociales, o culturales. Predomina el tema social porque 10 de los 24 reportajes analizados representan este ámbito. La variable “otros” también implica un número elevado con ocho contenidos que hablan de tecnología, medio ambiente y ecología. Incluso en los tres medios, dentro de cómo se definen, explican la importancia de tratar los temas que quedan excluidos en los medios generalistas.

Por último, con respecto a los perfiles profesionales del análisis de contenido, hay una gran diferencia entre ellos. Solo se utilizan dentro de los 24 reportajes a periodistas y fotógrafos para hacer los contenidos. Los reportajes no son propios de un equipo multidisciplinar complejo que implique un infógrafo, o diseñador, por ejemplo. En ninguno de los 24 reportajes analizados se encuentran estos perfiles.

La investigación tuvo ciertas limitaciones con respecto a los medios analizados. Son puntuales aquellos que se dedican a hacer Periodismo *Slow*, y además no se actualizan los contenidos con la misma frecuencia. Aunque dos de los medios analizados eran gratuitos, es común que este periodismo sea de pago y suscripción, como en el caso de la *Revista 5W*. Igualmente, los reportajes representaron una dificultad para generar el análisis de contenido porque no hay una estructura general, o común, para cada uno. Cada reportaje tiene unas características propias dentro de su narrativa multimedia. Esto implica que se presenta una tabla de análisis de contenido como punto de partida para una investigación más amplia que atienda esta diversidad.

En definitiva, este estudio logra esbozar el panorama actual del Periodismo *Slow*, y presenta una estructura de un género interpretativo que tiene unos valores, y características particulares. La investigación bibliográfica responde a la pregunta sobre el futuro de este periodismo. Los medios que se analizaron nacieron como nativos digitales y a los pocos meses decidieron sacar una versión impresa, los tres siguen esta línea y han tenido suficiente éxito para generar un modelo de negocio rentable.

Puede afirmarse, que se trata de un tipo de periodismo con demanda y futuro. No significa que se convertirá en una tendencia que seguirán todos los medios, sino que satisface a la necesidad actual que existe ante la solicitud de la audiencia de contenidos de calidad y reportajes que contextualicen la información.

6. Bibliografía

Albalad, J.M. (2015). Slow Journalism para una nueva audiencia digital. El caso de Longform.org (2010-2015). *Revista de Comunicación*, 14. 7-25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5223786>.

Ananny, M. (2016). Networked news time. *Digital Journalism*, 4, 414-431. Doi: 10.1080/21670811.2015.1124728

Baranquero-Carretero, A. (2013). Slow media. Comunicación, cambio social y sostenibilidad en la era del torrente mediático. *Palabra Clave*, 16:2. 419-448. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5241897>.

Barranquero-Carretero, A., Rosique-Cedillo, G. (2014). Comunicación y periodismo slow en España. Génesis y balance de las primeras experiencias. Primer Congreso

Internacional Infoxicación: mercado de la información y psique : Libro de Actas / coord. por Rosalba Mancinas-Chávez, Antonia Isabel Nogales Bocio. 32-47. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5300634>.

Barranquero-Carretero, A., Rosique-Cedillo, G. (2015). Periodismo lento en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *El profesional de la información: 24:4*. 451-462. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4876144>.

Benaissa, S. (2017). El Slow Journalism en la era de la “infoxicación”. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 25, 129-148. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6197715>.

Canga, J. (2001). Periodismo e Internet: Nuevo medio, vieja profesión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, 33-48. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776428>.

Criag, G.(2016). Reclaiming Slowness in Journalism, *Journalism Practice*, 10:4, 461-475. Doi: 10.1080/17512786.2015.1100521

Díaz, B. (2017). *Diez años que cambiaron los medios: 2007-2017*. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.

Drock, N., & Hermans, L. (2016) Is there a future for slow journalism?. *Journalism Practice*, 10:4, 539-554. Doi: 10.1080/17512786.2015.1102604

Greenberg, S. (2012). Slow Journalism: in the Digital Fast Lane. En Keeble, L & Tulloch. *Global Literary Journalism: Exploring the Journalistic Imagination*. (381-398). Nueva York, Estados Unidos: Lang. Recuperado en <https://es.scribd.com/document/353813255/Slow-Journalism-in-the-Digital-fast-Lane-pdf>.

Irla, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20:1, 147-158. Doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.4522

Lassila-Merisalo, M. (2014). Story-First: Publishing Narrative Long-Form Journalism in Digital Environments. *Journal of Magazine & New Media Research*, 15:2. 1-15. Recuperado http://www.academia.edu/8327310/Story_First_Publishing_Narrative_Long-Form_Journalism_in_Digital_Environments.

Le Masurier, M. (2015). What is Slow Journalism?. *Journalism Practice*, 9:2, 138-152. Doi: 10.1080/17512786.2014.916471.

Marrero, L. (2008). El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11:2, 348-267. Doi: 10.4185/RLCS-63-2008-773-348-367.

Millán, T. (2006). La digitalización de la realidad en las nuevas generaciones del siglo XXI. *Comunicar*, 26, 171-175. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802626>.

Peñafiel, C. (2015). La comunicación transmedia en el campo del periodismo. *Revista TELOS: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 100. 84-87. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5111749>.

Peñafiel, C. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *AdComunica*, 12, 163-182. Doi: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.10>.

Rauch, J. (2015). Slow Media as Alternative Media: Cultural Resistance through Print and Analog Revivals. *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*, 50, 2-19. Doi: 10.4324/9781315717241.

Rauch, J. (2011). The Origin of Slow Media: Early Diffusion of a Cultural Innovation through Popular and Press Discourse, 2002-2010. *Transformations*, 20. 1-15. Recuperado en <http://www.transformationsjournal.org/issue-20/>.

Sánchez, M. (2011). Nuevas narrativas, nuevos lectores. *Antena de telecomunicación*, 183. 10-14. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4708008>.

7. Anexos

Anexo 1: Tabla de Análisis de Contenido de la revista *Yorokobu*

Categorías	Variables	Subvariables	Resultados	
Géneros	Crónica		1	
	Entrevista			
	Reportaje			
	Opinión			
Temática	Cultura			
	Social			
	Político			
	Científico			
	Otros	Medio Ambiente	1	
Hipermedia	Fotografía		3	
	Vídeo		1 (5:09)	
	Audio			
	Imágenes recurso	Ilustración		
		Capturas de pantalla		
		Infografía		
		Gráfico interactivo		
		Mapa geográfico		2
		Gráfico no interactivo		
	Texto	400 a 800 palabras		
		800 a 1200 palabras		
		1200 a 1600 palabras		1437 caracteres
		1600 a 2200 palabras		
		2200 palabras en adelante		
	Interactividad	Enlace al propio medio		
Enlace a otra web			2	
Comentarios			2	
Compartido			329	
Perfiles Profesionales	Profesional de la información		1	
	Periodismo Ciudadano			
	<i>Blogger</i>			
	Fotógrafo			
	Ilustrador			

Fuente: elaboración propia

Anexo 2: Tabla de Análisis de Contenido de la revista *Delayed Gratification*

Categorías	Variables	Subvariables	Resultados	
Géneros	Crónica			
	Entrevista			
	Reportaje			
	Opinión		1	
Temática	Cultura			
	Social			
	Político			
	Científico			
	Otros	Tecnología	1	
Hipermedia	Fotografía		2	
	Vídeo			
	Audio			
	Imágenes recurso	Ilustración		
		Capturas de pantalla		3
		Infografía		
		Gráfico Interactivo		1
		Mapa geográfico		
	Texto	Gráfico no interactivo		
		400 a 800 palabras		
		800 a 1200 palabras		
		1200 a 1600 palabras		
		1600 a 2200 palabras		
	Interactividad	2200 palabras en adelante		2526 caracteres
		Enlace al propio medio		
Enlace a otra web				
Comentarios				
Perfiles Profesionales	Compartido			
	Profesional de la información		1	
	Periodismo Ciudadano			
	<i>Blogger</i>			
	Fotógrafo			
	Ilustrador		1	

Fuente: elaboración propia

Anexo 3: Tabla de Análisis de Contenido de la *Revista 5W*

Categorías	Variables	Subvariables	Resultados	
Géneros	Crónica			
	Entrevista			
	Reportaje		1	
	Opinión			
Temática	Cultura			
	Social		1	
	Político			
	Científico			
	Otros			
Hipermedia	Fotografía		4	
	Vídeo			
	Audio			
	Imágenes recurso	Ilustración		
		Capturas de pantalla		
		Infografía		
		Gráfico Intereactivo		
		Mapa geográfico		1
		Gráfico no interactivo		3
	Texto	400 a 800 palabras		
		800 a 1200 palabras		
		1200 a 1600 palabras		
		1600 a 2200 palabras		1809 caracteres
		2200 palabras en adelante		
	Interactividad	Enlace al propio medio		4
Enlace a otra web			1	
Comentarios			2	
Compartido				
Perfiles Profesionales	Profesional de la información		1	
	Periodismo Ciudadano			
	<i>Blogger</i>			
	Fotógrafo			
	Ilustrador			

Fuente: elaboración propia

Anexo 4: Tabla de los 24 reportajes analizados

Título	Medio
Un español unirá a nado los cinco continentes para mostrar lo cufres que somos	YORKOBU
Lleva un cuaderno encima para ser más creativo	YORKOBU
No todo es malo: la contaminación ayudará a redistribuir el poder mundial	YORKOBU
¿Quién cobra la obra?: la web que explica quién se forra con los impuestos que tú pagas	YORKOBU
Si Google no viene, habrá que enviar a las ovejas	YORKOBU
Una nueva generación de informadores intenta cambiar la imagen de la favela	YORKOBU
'Fariña', tus datos en Facebook y otras patadas en la espinilla de la libertad	YORKOBU
Apple y el por qué del storytelling	YORKOBU
Surveying Kenya's climate of change	DELAYED GRATIFICATION
Anatomy of an exodus	DELAYED GRATIFICATION
The battle of Bir Tawil	DELAYED GRATIFICATION
Life before Google	DELAYED GRATIFICATION
A clash of loyalties	DELAYED GRATIFICATION
The Lion, the vets and the war zone saving animals froms Isis in Iraq and Syria	DELAYED GRATIFICATION
Does robotisation spell the end for humanity	DELAYED GRATIFICATION
Houston, we have a program - rescuing the computer code that flew us to the moon	DELAYED GRATIFICATION
El 1 por ciento en busca del refugio	5W
El solista de Caracas	5W
El balance de las 5w en 2015	5W
Los indignados ya gobiernan en Delhi	5W
Elecciones en Líbano: una mirada por dentro	5W
El vacío de Siria	5W
Irak: la caótica batalla por Mósul	5W
Terror en el nombre Dios: los orígenes	5W

Enlace	Autores
https://www.yorokobu.es/expedicion-nemo/	DANI KERAL
https://www.yorokobu.es/tomar-notas/	MAR ABAD
https://www.yorokobu.es/contaminacion/	BORJA VENTURA
https://www.yorokobu.es/quien-cobra-la-obra/	EDUARDO BRAVO
https://www.yorokobu.es/ovejas-cartografas/	VIRGINIA MENDOZA
https://www.yorokobu.es/favela-medios/	VALERIA SACCONI
https://www.yorokobu.es/farina-y-facebook/	DAVID GARCIA
https://www.yorokobu.es/apple-y-el-porque-del-storytelling/	ANTONIO TOCA
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/surveying-kenyas-climate-of-change	SUSAN SCHULMAN
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/anatomy-of-an-exodus	JAMES MONTAGUE & MITRA NAZAR
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/the-battle-of-bir-tawil	JULIA DUDKINA
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/life-before-google-longform	CHRIS BOURN & CHRISTIAN TATE
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/a-clash-of-loyalties	JAMES MONTAGUE
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/the-lion-the-vets-and-the-war-zone-saving-animals-from-isis-in-iraq-and-syria	MARCUS WEBB
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/does-robotisation-spell-the-end-for-humanity	ROB ORCHARD & CHRISTIAN TATE
https://www.slow-journalism.com/from-the-archive/agg-apollo-guidance-computer-code-that-flew-us-to-the-moon	CHRIS BOURN
https://www.revista5w.com/what/el-1-ciento-busca-refugio	AGUS MORALES
https://www.revista5w.com/what/el-solista-caracas	ALBERTO PRADILLA & SIMONE DALMASSO
https://www.revista5w.com/newsroom/el-balance-5w-2015	REVISTA 5W
https://www.revista5w.com/why/los-indignados-ya-gobiernan-delhi	IGOR G. BARBERO
https://www.revista5w.com/where/elecciones-libano-una-mirada-dentro	DIEGO IBARRA SÁNCHEZ / MEMO
https://www.revista5w.com/where/el-vacio-siria	CAROLE ALFARAH
https://www.revista5w.com/why/irak-la-caotica-batalla-mosul	LLUÍS MQUEL HURTADO & RICARD GARCÍA VILANOVA
https://www.revista5w.com/when/terror-el-nombre-dios-los-origenes	MÓNICA G. PRIETO

Fuente: elaboración propia

Anexo 4.1: Tabla completa de los 24 reportajes analizados, sin dividir.

Título	Medio	Enlace	Autores
Un español unirá a nado los cinco continentes para mostrar lo cafes que somos	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/expedicion-nemo/	DANI KERAL
Lleva un cuaderno encima para ser más creativo	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/tomar-notas/	MAR ABAD
No todo es malo: la contaminación ayudará a redistribuir el poder mundial	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/contaminacion/	BORJA VENTURA
¿Quién cobra la obra?: la web que explica quién se ferra con los impuestos que tú pagas	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/quien-cobra-la-obra/	EDUARDO BRAVO
Si Google no viene, habrá que enviar a las ovejas	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/ovajas-cartografias/	VIRGINIA MENDOZA
Una nueva generación de informadores intenta cambiar la imagen de la favela	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/favela-medios/	VALERIA SACCONI
Fariña, tus datos en Facebook y otras patadas en la espinilla de la libertad	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/farina-y-facebook/	DAVID GARCIA
Apple y el por qué del storytelling	YORKOBU	https://www.yorkobu.es/apple-y-el-porque-del-storytelling/	ANTONIO TOCA
Surveying Kenya's climate of change	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/surveying-kenyas-climate-of-change	SUSAN SCHULMAN
Anatomy of an exodus	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/anatomy-of-an-exodus	JAMES MONTAGUE & MITRA NAZAR
The battle of Bir Tawil	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/the-battle-of-bir-tawil	IULIA DUDKINA
Life before Google	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/life-before-google-long-form	CHRIS BOURN & CHRISTIAN TATE
A clash of loyalties	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/a-clash-of-loyalties	JAMES MONTAGUE
The Lion, the vets and the war zone saving animals from Isis in Iraq and Syria	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/the-lion-the-vets-and-the-war-zone-saving-animals-from-isis-in-iraq-and-syria	JAMES MONTAGUE
Does robotisation spell the end for humanity	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/does-robotisation-spell-the-end-for-humanity	ROB ORCHARD & CHRISTIAN TATE
Houston, we have a program - rescuing the computer code that flew us to the moon	DELAYED GRATIFICATION	https://www.slow-journalism.com/from-the-archives/agg-apollo-guidance-computer-code-that-flew-us-to-the-moon	CHRIS BOURN
El 1 por ciento en busca del refugio	5W	https://www.revista5w.com/wha7/ei-1-ciento-busca-refugio	AGLUS MORALES
El solista de Caracas	5W	https://www.revista5w.com/wha7/ei-solista-caracas	ALBERTO PRADILLA & SIMONE DALMASSO
El balance de las 5w en 2015	5W	https://www.revista5w.com/newroom/ei-balance-5w-2015	REVISTA 5W
Los indignados ya gobiernan en Delhi	5W	https://www.revista5w.com/why/los-indignados-ya-gobernan-delhi	IGOR G. BARBERO
Elecciones en Líbano: una mirada por dentro	5W	https://www.revista5w.com/why/e/elecciones-libano-una-mirada-dentro	DIEGO IBARRA SÁNCHEZ / MEMO
El vacío de Siria	5W	https://www.revista5w.com/why/irak-la-caotica-batalla-mosul	CAROLE ALFARAH
Irak: la caótica batalla por Mosul	5W	https://www.revista5w.com/why/irak-la-caotica-batalla-mosul	ILLUIS MQUEL HURTADO & RICARD GARCÍA VILANOVA
Terror en el nombre Dios: los orígenes	5W	https://www.revista5w.com/wha7/terror-el-nombre-dios-los-origenes	MONICA G. PRIETO