

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES

GRADO EN PERIODISMO

PE0932 – TRABAJO DE FINAL DE GRADO

LÍNEA A: INICIACIÓN A LA INVESTIGACIÓN

La Narrativa Transmedia en la información: características del reportaje periodístico

Presentado por:

Alicia Amela García

al313634@uji.es

20923080 A

Curso 2017/2018

Tutorizado por:

Andreu Casero Ripollés

CASTELLÓN DE LA PLANA. MAYO 2018.

ÍNDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Las Narrativas Transmedia y la Información digital	7
2.1.1. Narración Transmedia	7
2.1.2. Transmedialidad aplicada a la información: Periodismo Transmedia.....	8
2.1.2.1. Principios básicos del periodismo transmedia	10
2.1.3. La información digital.....	14
2.1.3.1. Rasgos básicos de la información digital	15
2.2. Reportaje periodístico.....	18
2.2.1. El reportaje periodístico clásico.....	18
2.2.2. El reportaje periodístico transmedia	20
3. DISEÑO METODOLÓGICO	23
3.1. Técnicas de investigación y procedimiento	23
3.1.1. Análisis cuantitativo del contenido	23
3.1.2. Procedimiento	23
3.2. Exposición de la muestra	26
4. RESULTADOS.....	33
4.1. Análisis cuantitativo por muestras.....	33
4.2. Análisis cuantitativo por zonas geográficas	37
5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	41
BIBLIOGRAFÍA.....	46
ANEXOS.....	50
ANEXO 1. Tablas con los datos del análisis y de las muestras.....	51
ANEXO 2. Gráficos con los resultados del análisis	53
EXECUTIVE SUMMARY	66

La Narrativa Transmedia en la información: características del reportaje periodístico

RESUMEN

En la actualidad, el desarrollo tecnológico derivado de la digitalización y los cambios en los procesos de producción, distribución y consumo de contenidos han transformado los procesos comunicativos tradicionales. Este hecho ha conllevado también una transformación del sector periodístico y de sus géneros, los cuales han tenido que evolucionar para adaptarse a un contexto 2.0, como es el caso del reportaje.

Estos cambios también han producido que las narrativas clásicas hayan dado un paso adelante para crear nuevas narrativas transmedia, un fenómeno que consiste en un modelo de relato donde se cuenta una historia a través de diferentes soportes y plataformas ofreciendo cada una de estas un contenido único e independiente, pero que en su conjunto forman un universo narrativo.

El objetivo del presente estudio es conocer qué es la narrativa transmedia y su aplicación en el periodismo, así como determinar el estado y la evolución de los reportajes periodísticos, para finalmente determinar cuáles son las características de los reportajes transmedia y ver si se establece un patrón de creación entre las piezas producidas en España y en Latinoamérica.

Para ello, se va a realizar un análisis de carácter cuantitativo a partir de un cuestionario dicotómico para determinar la frecuencia de aparición de los rasgos de la información digital y del periodismo transmedia en seis muestras seleccionadas previamente. Una vez obtenidos los datos, se procederá a exponer mediante gráficos los resultados más significativos para determinar cómo se construyen los reportajes periodísticos de carácter transmedia.

PALABRAS CLAVE: *Narrativa Transmedia, Reportaje, Periodismo, Transmedialidad, Información digital, Principios, Rasgos, Características.*

The Transmedia Storytelling in the information: characteristics of the journalistic reporting

ABSTRACT

Nowadays, the technological development derived from digitalisation and the changes in the production, distribution and contents consumption processes have transformed the traditional communicative processes. This fact has also entailed a transformation of the journalistic sector and its genres, which have had to evolve to adapt to a 2.0 context, as is the case of the journalistic reporting.

These changes have also produced that the classic narratives have taken a step forward to create new transmedia narratives, a phenomenon that consists in a story model where a story is told through different supports and platforms offering each of this a unique and independent content but consumed as a whole they create a narrative universe.

The objective of the present study is to know what transmedia storytelling is and its application in journalism, as well as to determine the status and evolution of journalistic reports, to finally determine which are the characteristics of transmedia reporting and observe if it's established a patron of creation between the pieces produced in Spain and in South America.

To accomplish this, a quantitative analysis will be carried out based on a dichotomous questionnaire to determine the frequency of appearance of the features of digital information and transmedia journalism in the six previously selected samples. Once the data have been obtained, the most significant results will be presented by different graphics to determine how the transmedia journalistic reports are constructed.

KEYWORDS: *Transmedia Storytelling, Reporting, Journalism, Transmediality, Digital Information, Principles, Features, Characteristics.*

1. INTRODUCCIÓN

La narrativa transmedia es una forma de comunicar y de distribuir mensajes concebida para contar historias a través de múltiples plataformas y pantallas a diferentes públicos haciendo posible la interacción por parte del usuario. El relato se adapta al lenguaje de cada formato, de manera que cada soporte aporta información distinta y juntos forman un todo que puede ser consumido de forma autónoma.

Esta estrategia comunicativa, que ha sido posible debido a la convergencia entre tecnología avanzada, redes sociales y el uso de segundas pantallas, ha conllevado también cambios en el periodismo. Este ha dejado de ser un medio que transmite un solo mensaje a través de un único canal y se ha nutrido de esta técnica para narrar historias a través de múltiples canales.

El periodismo transmedia es, por tanto, una forma de lenguaje periodístico que contempla al mismo tiempo diferentes plataformas con diversos lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para un gran número de usuarios.

A raíz de estos cambios, se han transformado también los géneros periodísticos tradicionales. Es el caso del reportaje periodístico, que se ha tenido que adaptar a estas nuevas formas de narración y que dada su flexibilidad admite la inclusión de múltiples elementos y distribución en diferentes formatos y medios.

El presente proyecto pretende, en primer lugar, abordar el concepto de narrativa transmedia con la finalidad de establecer las bases teóricas y los rasgos esenciales de la transmedialidad aplicada a la información periodística, así como delimitar los cambios arraigados a la información en el contexto digital. Del mismo modo, se plantea exponer de forma teórica el concepto de reportaje periodístico para, posteriormente, establecer los rasgos del reportaje clásico y del reportaje transmedia actual.

Una vez establecido el marco conceptual de la narración transmedia en el ámbito informativo y profundizado en el género reportaje de forma teórica, se plantea analizar a través de seis muestras previamente seleccionadas cuáles son las características comunes en el reportaje informativo transmedia, y, por ende, cómo es y cómo se construye este tipo de reportaje.

Las piezas escogidas para el análisis constan de seis reportajes de diversas temáticas, tres de ellas extraídas de medios de comunicación españoles y las tres siguientes de medios de origen latinoamericano. Por lo que refiere a las muestras de origen español, estas son: *Vivir en negro* de *El Mundo*, *Vidas en movimiento* de la cadena *COPE* e *Historias de la crisis* de *Eldirario.es*. Por el otro lado, las muestras restantes pertenecen a: *La hoja sagrada* de *El País Colombia*, *Los Casos de la Vicaria* del Centro de Investigaciones y Publicaciones de la Universidad Diego Portales de Chile y, por último, *A Bathala de Belo Monte* del periódico *Folha de Sao Paulo* de Brasil.

Estos ejemplos han sido seleccionados debido a su gran carga de contenido y a la diversidad que hay entre ellos, así como por todos los elementos multimedia que engloban, por su difusión en otras plataformas y por la capacidad de interactividad y de creación de contenidos por parte de los usuarios.

Para establecer los rasgos comunes entre los ejemplos de reportajes transmedia escogidos se hará un análisis en cada pieza tanto de si cumplen con las características básicas de la información digital (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, actualización, universalidad de contenidos, personalización y memoria), así como de los principios fundamentales del *Transmedia Journalism* establecidos por el fotoperiodista Kevin Moloney (expansión, profundidad, continuidad y serialidad, diversidad y puntos de vista, inmersión, extractibilidad, mundo real e inspiración para la acción).

Con todo, se procurará llegar a una serie de conclusiones y reflexiones que determinen las características de la transmedialidad aplicada a la información en el caso del reportaje periodístico. Así como se podrá establecer si existe o no un patrón imitable en su creación, aún en medios y países distintos.

Por tanto, una vez delimitado el objeto de estudio de la presente investigación, se pueden determinar los siguientes objetivos:

- O1: Conocer y estudiar en profundidad el concepto de Narración Transmedia (orígenes, evolución, desarrollo y clasificación) y el concepto de reportaje periodístico (en sus vertientes clásica y transmedia).
- O2: Determinar el estado actual de la producción transmedia aplicada a la información periodística.

- O3: Analizar los rasgos del reportaje periodístico transmedia y delimitar sus características básicas.
- O4: Comparar el tratamiento del reportaje periodístico transmedia en medios de comunicación españoles y latinoamericanos.
- O5: Pautar si se establece un patrón a seguir en los diferentes medios analizados para la creación de reportajes transmediáticos.

En base a estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis:

- H1: El Periodismo Transmedia es un fenómeno convergente puesto que supone para el periodismo y los medios de comunicación la aparición de nuevas audiencias, lenguajes y canales para la producción y circulación de información.
- H2: En la actualidad la información periodística recurre a las Narrativas Transmedia para la creación, producción y distribución de reportajes.
- H3: Las características del reportaje periodístico transmediático corresponden a los principios básicos del Periodismo Transmedia establecidos por Kevin Moloney (2011) (expansión, profundidad, continuidad y serialidad, diversidad y puntos de vista, inmersión, extractibilidad, mundo real e inspiración para la acción) y a los rasgos básicos de la información digital (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, actualización constante, universalidad de contenidos, personalización y memoria).
- H4: Los medios de comunicación españoles y latinoamericanos analizados que generan reportajes transmedia no presentan diferencias significativas a la hora de cumplir con las características del *Transmedia Journalism* y de la información digital citadas anteriormente, por lo que se establece un patrón de creación común en los diversos países.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Las Narrativas Transmedia y la Información digital

2.1.1. Narración Transmedia

La evolución de las nuevas tecnologías, el avance hacia la Web 2.0 y la innovación en los dispositivos móviles han producido cambios notorios en los procesos de comunicación tradicionales. Esto ha conllevado la ruptura del modelo comunicativo clásico, que se ha convertido en uno más activo y participativo, en el que los usuarios se han vuelto protagonistas en la construcción e interacción de contenidos en la red.

A raíz de estos acontecimientos ha surgido una nueva forma de contar historias designada como Narrativa Transmedia (NT) o *Transmedia Storytelling*. Este fenómeno consiste en un modelo de relato donde se cuenta una historia a través de múltiples canales y plataformas (web, redes sociales, vídeo, televisión, libros, medios tradicionales, etc.), ofreciendo cada una de estas un contenido único con la finalidad de enriquecer su universo narrativo.

El principal rasgo de esta narración es que permite la participación de las audiencias en la historia, ya sea por medio de la interacción o de la producción y circulación de contenidos. No se trata de replicar la misma historia en diferentes plataformas, sino de crear diferentes piezas de una historia en cada uno de los canales para que el público viva una experiencia gracias al contenido.

El concepto no es nuevo, en 1991 la académica Marsha Kinder, de la University of Southern de California, introdujo el término Narrativa Transmedia para hacer referencia a una nueva forma de contar historias en la que se implicaba a los consumidores. Sin embargo, si bien el concepto es más antiguo, no fue hasta años más tarde, cuando el investigador estadounidense Henry Jenkins (2003) acuñó el término para darle un nuevo sentido en la era digital. En un artículo para la revista *Technology Review* (2003), el autor señala el comienzo de una “nueva era de convergencia de medios” en la que se “vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”.

En la actualidad, el término ha sido designado por múltiples literatos, entre los cuales destaca Scolari (2013), quien define las NT como “un tipo de relato donde

la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en la cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (2013, p.46).

Liuzzi (2014), periodista, consultor e investigador de medios digitales, compara las Narrativas Transmedia con el funcionamiento de una orquesta sinfónica donde cada instrumento puede “catalogarse como un medio que desarrolla un fragmento de la obra, una melodía que puede ser apreciada de forma individual con toda lógica, pero cobra mayor sentido si se contempla de forma coordinada con los demás instrumentos que la componen” (Liuzzi en Irigaray y Lovato, 2014, p.66).

Jenkins (2006), tres años después de acuñar el término en el contexto digital, definió en su libro *Convergence Culture* el concepto Narrativa Transmedia aplicada a los ámbitos comunicativos, ejemplificando la expansión del relato en el contexto en el audiovisual:

Una historia transmedia se desarrolla en múltiples plataformas de medios, con cada nuevo texto haciendo una contribución distintiva y valiosa al conjunto. En la forma ideal de narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia se puede presentar en una película, expandida a través de la televisión, novelas y cómics; su mundo podría ser explorado a través del juego o experimentado como una atracción del parque de atracciones. Cada entrada de franquicia debe ser independiente, por lo que no es necesario que haya visto la película para disfrutar del juego, y viceversa. (2006, p.95-96)

2.1.2. Transmedialidad aplicada a la información: Periodismo Transmedia

Las NT han ido ganando terreno en el campo de la comunicación (publicidad, cine, literatura) y se han ido vinculando progresivamente “al quehacer periodístico como un nuevo lenguaje capaz de aprovechar las posibilidades comunicacionales que ofrecen la sociedad posmoderna y las tecnologías digitales” (Martín & Rodríguez, 2017, p.06).

En la actualidad, el periodismo busca fórmulas novedosas para crear información a través de narraciones transmediáticas y de dispositivos móviles, en las que la comunicación multimedia se enriquece con contenidos más eficientes. “Se trata de fórmulas universales donde la producción informativa busca la participación

de la audiencia en sus contenidos o redifusiones a través de las redes sociales, que generan un modelo de consumo proactivo por parte de una audiencia social” (Peñafiel, 2016, p.164).

En este contexto, autores entre los que destacan Kevin Moloney (2011) y Porto Renó y Flores (2012) han empezado a hacer referencia a un fenómeno acuñado como Periodismo Transmedia (PT). Los académicos lo definen como “Una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje”. Por tanto, “se adoptan recursos audiovisuales, interactivos y de movilidad y su difusión a partir de distintos medios, como los blogs y las redes sociales” (Porto Renó & Flores, 2012, p.16).

El Periodismo Transmedia se distingue de los relatos clásicos por “el hecho de aprovechar la interactividad en el ámbito comunicativo para atraer a los destinatarios a la interpretación participativa del mensaje” (Porto Renó & Flores, 2012, p.40). Por consiguiente, en este ámbito, la Narrativa Transmedia es una fórmula de comunicación multimedia e hipertextual basada en la transmisión de contenidos, historias, o unas piezas periodísticas a través de diferentes medios (imagen, audio, vídeo) respetando las propias fórmulas de expresión de cada uno de ellos y donde los usuarios de la red pueden intervenir de forma activa.

Según Martín y Rodríguez (2017) el periodismo transmedia debe traducirse en la presentación de las noticias de forma que generen una participación e interacción por parte del público. El periodismo transmedia puede comprender “los proyectos que aprovechan la inteligencia colectiva, desde el *newsgaming*¹, el periodismo inmersivo², hasta las alianzas con los llamados periodistas ciudadanos” (Jenkins, 2007, s/d en Martín y Rodríguez, 2017, p.24).

¹ Es un concepto que combina el periodismo con el videojuego y la información con lo lúdico o didáctico. Los *newsgaming* difunden información útil y generan entretenimiento en un espacio donde los consumidores, que son a la vez productores de información, pueden realizar parte de las historias.

² Es un término que hace referencia a las diversas formas en las cuales la realidad virtual, la realidad aumentada, el vídeo 360 o la realidad mixta puede aportar soluciones al periodismo.

La función del periodismo transmediático actual corresponde a la creación de historias que se desarrollan a través de diferentes canales y plataformas donde el mensaje es el núcleo principal y el relato se expande por medio de múltiples formatos multimedia. Lo que hace que el PT “sea tan diferente de la narración multimedia tradicional es que la historia transmedia está unificada y es muy amplia sin ser repetitiva” (Peñafiel, 2016, p.167).

Según Jenkins (2009), el Periodismo de Narrativas Transmedia busca la participación de los prosumidores³ en la construcción del mundo narrativo mediante diversos medios (llamadas telefónicas, tweets, vídeos, cartas al editor, comentarios, etc.).

El concepto de transmedia, por tanto, se puede traducir de forma genérica en una narración en la que mensaje se fracciona en diferentes medios o soportes, sean o no digitales, que pueden ser consumidos y comprendidos de forma autónoma acudiendo únicamente a cada una de esas plataformas. Eduardo Párdanos, de Unidad Editorial, afirma que “la importancia de las narrativas transmedia está en que cada una de esas plataformas, ventanas, piezas o elementos forman parte de la historia y aportan al conjunto del relato y no están desvinculadas entre ellas” (Párdanos en Valle, 2015).

2.1.2.1. Principios básicos del periodismo transmedia

Henry Jenkins (2009) trasladó el término “transmedia” al ámbito de la narrativa audiovisual de no ficción y, posteriormente, otros teóricos han aportado nuevas características o han acotado las de Jenkins (Irala, 2013, p.150). Jenkins determinó un total de siete particularidades conocidas como “*Los siete principios básicos del Transmedia Storytelling*” que toda narración transmedia debe cumplir para ser considerada como tal: 1) Expansión vs. Profundidad, 2) Continuidad vs. Multiplicidad, 3) Serialidad, 4) Inmersión vs. Extractibilidad, 5) Construcción de mundos, 6) Subjetividad y 7) Performance.

³Un prosumidor o *prosumer* es el tipo de usuario que no solo consume un producto/contenido/información/etc., sino que a su vez también se convierte en productor capaz de generar nuevos contenidos.

Sin embargo, en el año 2011 el fotoperiodista Kevin Moloney retomó los siete principios del transmedia de Jenkins (2009) para aplicarlos al periodismo. Moloney es el teórico más destacado después de Jenkins que se ha acercado a las producciones transmediáticas en el campo de la no ficción y defendió su tesis doctoral sobre el Periodismo Transmedia (*Porting Transmedia Storytelling to Journalism*) en el 2011 donde analizaba las características establecidas por Jenkins bajo la perspectiva periodística. De este modo, Moloney propuso un total de ocho principios del transmedia aplicados al Periodismo a partir de las siete máximas básicas desarrolladas por Jenkins:

1. **Expansión:** Este principio básico consiste en darle al público la capacidad de involucrarse en la circulación de los contenidos y en el proceso de ampliar el valor económico y cultural de la propuesta. La expansión refiere al crecimiento y desarrollo de la narrativa por medio de prácticas virales en otras plataformas como las redes sociales, acrecentando así el valor del relato.

Según Scolari (2013) “la clave de la expansión es encontrar las facilidades tecnológicas y los disparadores emocionales que impulsan al usuario a compartir contenido periodístico y llegar más allá del público tradicional de cada medio” (p.187).

Moloney refleja en su tesis doctoral *Porting Transmedia Storytelling to Journalism* (2011) que la expansión de los medios es un elemento presente en casi toda producción periodística.

2. **Profundidad:** La profundidad refiere a la idea de que el periodismo incentive al público a hurgar y buscar más información por su cuenta. Scolari (2013) concluye que “si hay más contenidos disponibles -ya sean extensiones oficiales de la historia o en las redes sociales- entonces la participación del público será más profunda” (p.125).

Martín y Rodríguez (2017) destacan que existen muchas herramientas que potencian la exploración por contenidos en productos periodísticos. Según la tesis doctoral de Moloney “el uso de la información conectada a las bases de datos electrónicas ha proporcionado una forma simple de

profundidad. Las palabras hipervinculadas en las noticias son ahora comunes en muchos medios digitales” (Moloney, 2011, p.69).

3. **Continuidad y Serialidad:** La continuidad se entiende como el hecho de mantener el enfoque editorial y el estilo periodístico al mismo tiempo que la historia se va expandiendo en diferentes soportes y plataformas, aprovechando las potencialidades de cada una (Scolari, 2013; Moloney, 2011).

Moloney (2011) teoriza sobre la idea de que mientras que en el entretenimiento transmedia, “la continuidad es el objetivo de hacer que muchas encarnaciones posibles de una historia se alineen en el tiempo y en todos los medios, en el periodismo hay más continuidad de estilo y enfoque editorial”. Según el teórico “no importa el soporte, una historia ‘continua’ mantiene la historia y el carácter cohesivo” (p.71).

En cuanto a la serialidad, Moloney (2011) destaca que ha sido una cualidad inherente al periodismo casi desde sus inicios y muchos de sus mejores trabajos tienen el rasgo de la serialidad a través del tiempo. Jenkins (2009) asocia esta cualidad al hecho de dar una obra en capítulos o series, en las que el usuario debe esperar al siguiente capítulo para ver cómo avanzaba la historia. En el Periodismo Transmedia este principio básico se encuentra del mismo modo en aquellas producciones que amplían la información progresivamente en diferentes medios o soportes.

Moloney (2011) establece que la continuidad y la serialidad se deben dar de a la par puesto que considera que, si un universo narrativo se va expandiendo de forma seriada, se debe mantener el enfoque y la cohesión estilística durante todo el relato.

4. **Diversidad y Punto de Vista:** La diversidad, entendida también como multiplicidad, “está relacionada con la eterna discusión acerca de la imposible objetividad del periodismo. El encarnar proyectos periodísticos desde diversos puntos de vista, diversas subjetividades, es la forma en la que Moloney entiende la multiplicidad” (Martín & Rodríguez, 2017, p.14).

Moloney (2011) propone en su tesis sobre *Transmedia Journalism* que la diversidad o multiplicidad se puede lograr con diversas acciones, como, por ejemplo, contando con la visión diversos periodistas sobre un mismo tema, o añadiendo enlaces a fuentes de noticias externas para dar una visión más amplia y plural sobre un tema en concreto.

5. **Inmersión:** Consiste en el hecho de que el público pueda sumergirse en el universo narrativo que envuelve la historia y sentirse parte de ella. Este elemento permite que los usuarios sean capaces de ingresar en los universos donde sucede el relato.

Para Moloney, lo videojuegos o los juegos de realidad virtual son la herramienta que más promueve que el público sea capaz de sumergirse en la historia. “Los juegos proporcionan una forma para que los miembros del público se sumerjan en una historia a través de la acción y la emoción en primera persona. Los juegos como método para experimentar una parte de las noticias también comienzan a aparecer con más frecuencia” (Moloney, 2011, p.81).

6. **Extractibilidad:** Se trata de aquellos elementos que pueden ser extraídos del relato para trasladarlos a la vida cotidiana con el objetivo de completar y ampliar el relato original o crear nuevas historias.

La extractibilidad en la narrativa transmedia enfocada al entretenimiento corresponde a los elementos del relato que son transportados al mundo real, como videojuegos o muñecos. Para Moloney (2011), en el Periodismo “no se comercializa de la misma manera” puesto que “la información que recibimos de las fuentes de noticias cambia nuestras acciones cotidianas y nos involucra en la comunidad” (p.85).

Moloney destaca en su tesis doctoral que los elementos que se pueden transportar al mundo real por medio del periodismo podrían venir en forma de suvenires, como por ejemplo las ediciones especiales de los diarios.

Pueden venir en forma de suvenires, ediciones especiales de periódicos, o las ediciones reimpresas de periódicos históricos. La extractibilidad en este sentido debe ser significativa. Lo que el público debería recibir tiene

que coincidir con los ideales del esfuerzo periodístico y proporcionar un valor personal e ilustrado. (Moloney, 2011, p.86)

7. **Mundo real:** Es la tarea de los periodistas de explorar la mayor cantidad de historias posibles en toda su complejidad y matices (Moloney, 2011; Scolari, 2013). La función de los periodistas recae, por ende, en el hecho de simplificar temáticas complejas, no en construir mundos ficticios.

En su tesis doctoral, *Transmedia Storytelling*, Moloney alude a la función del periodista en el principio de Mundo real y define las tareas que estos deben realizar:

El periodismo y las historias documentales ya existen en un mundo preexistente, notable por su complejidad, matices e imprevisibilidad. No es tarea de un periodista construir ese mundo, sino explorar sus muchas historias posibles de la manera más esclarecedora, o facilitar que el público lo haga por sí mismo. Si el periodismo se ha quedado corto es en su esfuerzo por simplificar y hacer que los temas y eventos más accesibles desafíen la simplificación. (Moloney, 2011, p.89)

8. **Inspiración para la acción:** Este principio básico consiste en incitar al público a que una vez conocida la historia, pasen a intervenir en el mundo real para solucionar el problema.

Moloney, en su tesis doctoral cita a Kristof (2009) para hablar del rasgo mediante el cual los periodistas buscan generar un cambio social en su trabajo.

Para inspirar acción, los periodistas primero deben contar historias convincentes sobre individuos en lugar de estadísticas. También podrían proporcionar una salida para la acción que realmente puede ayudar a esos individuos. Las técnicas de narración transmedia no solo llegarían a un público más amplio, sino que proporcionarían un compromiso más profundo con la historia contada, un contexto mayor y una discusión sobre el tema. (Kristof en Moloney, 2011, p.92)

2.1.3. La información digital

La innovación tecnológica derivada de la digitalización, la actualización constante de contenidos en la red y las transformaciones de la profesión

periodística en los últimos años, son algunos de los factores que han conllevado cambios en la información y en las rutinas periodísticas. Los autores Smith y Pearson (2014) han hecho alusión a estos cambios en la era *online*:

La aparición de modos digitales de creación y distribución de contenido, combinado con la domesticación de la tecnología de Internet y los dispositivos de consumo digital, ha llevado a la integración digital de la producción y circulación de contenido narrativo a través de los medios. (Smith & Pearson, 2014, p.01)

A raíz de estas transformaciones ha nacido una nueva forma de hacer periodismo en el contexto digital, también conocida como ciberperiodismo⁴. Consecuentemente, los procesos de creación, consumo y distribución de contenidos, así como los géneros periodísticos clásicos se han visto transformados, dando como resultado que las características que se le han exigido de forma tradicional a la información hayan ido evolucionando hacia un modelo 2.0.

2.1.3.1. Rasgos básicos de la información digital

En este contexto, múltiples autores han teorizado acerca de los elementos o de los rasgos que deben tener en común los contenidos periodísticos y las informaciones en Internet, independientemente del género al que pertenezcan (reportaje, noticia, documental, crónica, ...).

En el presente proyecto se plantean un total de siete rasgos de la información en la red designados por Caminos, Marín y Armentia (2006) y Díaz Noci (2014) en los artículos *Elementos definitorios del Periodismo Digital* y *Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital*, respectivamente, con las que todo reportaje periodístico digital debería contar.

1. **Hipertextualidad:** Es la posibilidad de vincular de manera no secuencial palabras, frases o documentos enteros, que permite ir más allá de la

⁴ Es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al internet. Esta nueva área del periodismo tiene que ver directamente con el desarrollo de las nuevas tecnologías y muy especialmente desde finales del siglo XX.

estructura lineal de un relato. Díaz Noci (2014) propone una definición de hipertexto de Mariana Vianello en su estudio:

El hipertexto es un entorno lógico para la adquisición de la información, la organización del conocimiento, la lectura y la escritura, que permite desestructurar los textos tradicionales, emulando y exteriorizando el funcionamiento de la mente, que opera por asociaciones. Esta estructura permite al lector transformar la lectura en un acto que implica la reescritura del texto y su interpretación personal frente a la totalidad de la información potencialmente disponible. (Vianello, 2004, p.327 en Díaz Noci, 2014, p.62)

2. **Multimedialidad:** Se trata de la capacidad de integrar en un mismo apoyo el lenguaje tradicional de los medios impresos y audiovisuales con otros elementos como animaciones, 3D, ...

Caminos et al. (2006) afirman que los medios digitales “han permitido la creación de informaciones en las que se puede integrar texto, sonido, imágenes fijas o en movimiento, infográficos, animaciones, etc.” (p.333). Según los autores, estos textos multimedia obligan a “pensar de qué forma adecuada se pueden estructuran e integrar todas estas potencialidades en un único texto que además sea perfectamente inteligible para el lector”.

3. **Interactividad:** Es la calidad que favorece la aparición de nuevas modalidades de relación del periodista con el público y entre los usuarios, donde se difuminan los límites entre emisor y receptor.

Internet ha supuesto cambios significativos en los sistemas de comunicación entre emisor y receptor en lo que a difusión de información se refiere dando lugar a la interactividad donde “la elección y el flujo informativo no está exclusivamente en manos del emisor (...) sino que el receptor tiene en sus manos una gran potencialidad que le permite elegir información e incluso difundirla” (Caminos, Marín & Armentia, 2006, p.330).

Danvers (1994) aporta una definición de interactividad donde precisa que es el concepto que describe la relación de comunicación entre un

usuario/actor y un sistema (informático, vídeo u otro). Según el autor, el nivel de interactividad mide las posibilidades y el grado de libertad del usuario dentro del sistema, así como la capacidad de respuesta de este sistema con relación al usuario.

4. **Actualización:** Es una característica que implica la ruptura del flujo productivo de informaciones de noticias de los medios tradicionales.

López García (2005) habla de “ruptura de la periodicidad”, entendida como el hecho de que en la red “los contenidos pueden ir actualizándose de forma instantánea y constantemente”. Esta constante actualización de la información en la red hace, según el autor, que los medios de comunicación que utilizan este canal puedan considerarse “aperiódicos donde las actualizaciones se producen constantemente y/o en función de los intereses y deseos del editor” (p.42).

Para que la información en red sea continua se “exige necesariamente una permanente actualización de las tomas informativas”; de este modo “los textos se van actualizando y nuevos giros informativos complementan o sustituyen a los aportados en tomas anteriores” (Caminos et al., 2006, p.320).

5. **Universalidad de los contenidos:** Refiere a que cualquier información puede ser leída y compartida alrededor del mundo. Internet ofrece la posibilidad de acceder a informaciones desde cualquier parte del planeta y poder producir, compartir y difundir contenidos mundialmente.

Internet tiene también la capacidad de permitir que una noticia se pueda dar a conocer públicamente en el momento que este hecho se ha producido, facilitando que las informaciones se puedan difundir a una velocidad elevada.

6. **Personalización:** Hace referencia a que la información por Internet se distribuye a través de un apoyo versátil, que se adapta con pocas limitaciones a las diversas necesidades o funciones que pueda tener el usuario.

Según Caminos et al. (2006) la personalización es “el hecho de que un usuario puede acceder de forma individualizada a cualquier contenido informativo que se encuentra en la red” (p.324).

7. **Memoria:** Es la capacidad que tiene internet de acumular mucha información y también de recuperarla sin recurrir a ningún archivo físico o hemeroteca física. Díaz Noci (2014) destaca que esta “puede ser recuperada tanto por el productor como por el receptor”, por lo que se trata de una memoria “múltiple, instantánea y acumulativa” (p.77).

2.2. Reportaje periodístico

2.2.1. El reportaje periodístico clásico

El reportaje clásico es un género periodístico en el que se desarrolla extensamente un tema de interés general y que supone para el periodista un arduo trabajo de investigación. Existen reportajes de muchas temáticas, como reportajes científicos, explicativos, de investigación, de interés humano, narrativos, interpretativos o autobiográficos.

Los temas que narran no tienen por qué estar ligados necesariamente a la actualidad más inmediata, ya que la inmediatez en este sentido no es relevante, porque los temas tratados en el reportaje son conocidos de antemano por el público. Se puede concluir, por tanto, que supone un género desligado de la actualidad, aunque suele derivar de una noticia puntual.

Su principal diferencia para con la noticia es que el reportaje profundiza más respecto al contenido del hecho o de la historia que se está narrando y cuenta con un número de fuentes y puntos de vista mayor, que le aportan riqueza y sentido a todo el conjunto. Para Eduardo Ulibarri (1994) el reportaje es “una información con carácter profundo; divulga un acontecimiento de actualidad, pero amplía e investiga mucho más que la noticia y narra lo que sucede.” (Ulibarri, 1994 en Patterson, 2003, p.01).

Un reportaje debe contener información completa y fiel sobre la temática que trata con el objetivo que, a través de la exposición de distintos puntos de vista, el lector sea capaz de sacar sus propias conclusiones acerca del tema expuesto.

Existen muchas definiciones sobre reportaje periodístico; sin embargo, Yanes (2007) lo entiende como:

Un género periodístico que contiene en su texto -o puede contener-, todos y cada uno de los demás géneros. Es informativo, pero también incorpora elementos propios de los textos de opinión. Puede tratar de la actualidad, aunque también permite la inclusión de algún recurso creativo. Muchos autores lo consideran un híbrido entre los escritos informativos y los interpretativos, pero realmente se trata de la fusión de todos los géneros periodísticos. Es un trabajo dedicado a profundizar en las interioridades de la noticia, en las causas y consecuencias de algún acontecimiento de actualidad, y a investigar aspectos no conocidos a partir de testimonios confidenciales o a través de la búsqueda de datos. (Yanes, 2007, p.03)

Otro autor destacado que ha abordado el tema del reportaje en diversas ocasiones ha sido el periodista español Gonzalo Martín Vivaldi, quien propuso la siguiente definición en su libro *Géneros Periodísticos* (1987): El reportaje es un “relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano” (Martín Vivaldi, 1987, p.65).

Ahora bien, el desarrollo tecnológico de las últimas décadas ha conllevado un interés del sector periodístico por aplicar cambios a sus rutinas tradicionales y adaptarse al ámbito *online*, lo cual ha resultado a su vez en transformaciones en los géneros tradicionales, como es el caso del reportaje clásico. En este sentido, Fernández Parrat afirma que "los cambios tecnológicos y, concretamente las características de ese nuevo medio de comunicación que es Internet hacen que tengan que plantearse de nuevo las categorías tradicionales de los géneros periodísticos o bien optar por establecer diferentes tipologías para medios impresos y electrónicos" (2001, p.309).

Por tanto, si bien la edición en Internet puede ofrecer grandes ventajas en el tratamiento de los actuales géneros periodísticos, esto exige acomodar las características de dichos géneros a las particularidades del medio digital. Según Ureta (2014): “el reportaje es quizá el género que mayores beneficios puede

obtener de esa adecuación al nuevo entorno, al coincidir muchas de sus características con las del medio digital” (p.01).

Siguiendo a Díaz Noci (2001, p.85-104), entre esas características destacan el carácter multimedia, la ruptura de la secuencialidad y la periodicidad, la interactividad y la legibilidad, entre otros. De esta forma, el reportaje se vale de recursos multimedia para complementar el texto escrito. Asimismo, este género “se adapta al concepto ciberperiodístico de actualización constante ya que permite ir completando con nuevos textos la información contenida en un principio” (Ureta, 2014, p.01).

2.2.2. El reportaje periodístico transmedia

En el seno de las transformaciones periodísticas en el ámbito digital y, más concretamente, a partir de los cambios que ha sufrido el reportaje clásico, resulta necesario hablar del nacimiento de lo que autores como Porto Renó y Flores (2012) han acuñado como “reportaje transmedia”, una realidad cada vez más en auge en el contexto periodístico global.

Haciendo un breve repaso sobre el término, se puede delimitar que el transmedia es una narrativa que reúne "contenidos producidos por plataformas de lenguaje distintas, pero relacionadas entre sí, y que en conjunto construyen un nuevo contenido con renovado significado cognitivo" (Porto Renó & Flores, 2012, p.82). Además, dichos contenidos “deben circular por medios sociales y, si es posible, producirse por y para dispositivos móviles. De esa manera, espacios como la blogosfera y redes sociales son ideales para la producción y circulación de contenidos multiplataforma” (Moraes, Dos Santos y Porto Renó, 2016, p.15).

Porto Renó y Flores han manifestado que “el reportaje es un género transmedia, puesto que posee en un único tema distintos lenguajes a partir de distintas plataformas que en conjunto sustituyen la narrativa final” (2012, p.80). Ello sugiere una aplicación de la narrativa multimediática e interactiva en la construcción del reportaje gracias a una estructura que conecta géneros y contenidos textuales, audiovisuales, visuales y gráficos. “Más que una web que contiene un reportaje en línea, la propia web se convierte en el reportaje, a modo de micrositio con carácter especial o monográfico sobre un tema” (Larrondo, 2009).

El reportaje transmedia, según Moraes, Dos Santos y Porto Renó (2016), está en un “momento de consolidación, lo que deja sus límites indefinidos y la acepción de esta como transmedia poco usual”. Se pueden encontrar en la actualidad reportajes de carácter transmediáticos en contenidos denominados como reportaje multimedia, *docugame*⁵ o incluso en contenidos no definidos. Se trata de “reportajes que envuelven la gamificación⁶ como principio narrativo, pero también una diversidad de contenidos en plataformas independientes y relacionados entre sí” (p.15).

Por su parte, Carmen Peñafiel (2016) determina las funciones del reportaje periodístico transmedia y lo delimita del siguiente modo:

Los reportajes transmedia a través de su estructura narrativa se presentan como una estrategia de comunicación y una diseminación multicanal de contenido, donde cada medio cuenta una parte del relato consiguiendo que el usuario interactúe con ella. Así, se utiliza una amplia gama de formatos, plataformas; se interactúa con los usuarios activos, que consumen esas informaciones y donde el vídeo presenta enormes oportunidades para las organizaciones de medios de comunicación. (2016, p.175)

El hecho de trabajar en la actualidad con proyectos transmediáticos en el periodismo digital, y, por tanto, la creación de reportajes transmedia, supone el hecho de dedicar mucho más tiempo a la idea y a la elaboración de la información, que el trabajo que se realizaba hace unos años. En palabras de Peñafiel (2016) se piensa en “un tema, relato o historia y su tratamiento informativo se extiende a una serie de mensajes que aparecerán narrados en la web, en Facebook, en Twitter, en YouTube, en Instagram, en radio, como infografía, como mapas y gráficos interactivos, etc.” (p.178-179).

⁵ Un DocuGame es una construcción interactiva que acompaña a un documental o contenido informativo de largo alcance. Se le aplican técnicas de gamificación para que el usuario se motive en la exploración del contenido y se vea recompensado.

⁶ La gamificación es una técnica, un método y una estrategia a la vez. Parte del conocimiento de los elementos que hacen atractivos a los juegos e identifica, dentro de una actividad, tarea o mensaje determinado, en un entorno de NO-juego, aquellos aspectos susceptibles de ser convertidos en juego o dinámicas lúdicas. Su finalidad es crear una experiencia significativa y motivadora.

A través de los contenidos a desarrollar se facilitan diferentes enlaces para ir ampliando la información o el relato, mucho más extenso, sobre el que podrán navegar la audiencia o los usuarios. Esos mensajes “son valores adicionales que enriquecen la comunicación periodística. Cada uno de los mensajes narrados en las distintas plataformas se rigen por unas reglas diferentes, propias de cada medio, de cada lenguaje y de cada formato” (Peñafiel, 2016, p.178).

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Técnicas de investigación y procedimiento

3.1.1. Análisis cuantitativo del contenido

Partiendo de las hipótesis planteadas anteriormente en la presente investigación, se ha optado por la realización de un análisis de contenido de carácter cuantitativo para el desarrollo del diseño metodológico. “En el análisis cuantitativo lo que sirve de información es la frecuencia de aparición de ciertas características de contenido” (Laurence, 2002, p.15). Por su parte, el académico Klaus Krippendorff (1990) propuso la siguiente definición para dicha técnica:

El análisis de contenido corresponde a un conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción e interpretación sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos. (Krippendorff; 1990, p.120)

Esta técnica permite analizar la frecuencia de aparición y la continuidad de dichas características que, según las hipótesis propuestas al inicio del texto, deben aparecer en todo reportaje periodístico de carácter transmediático y en el periodismo digital.

Para llevar a cabo el análisis cuantitativo se han escogido un total de seis muestras de reportajes periodísticos transmedia españoles y latinoamericanos (M1, M2, M3, M4, M5 y M6) para las cuales se ha elaborado un cuestionario dicotómico (SI/NO) con el objetivo de determinar la existencia de los principios del periodismo transmedia y de los rasgos básicos de la información en red.

3.1.2. Procedimiento

El procedimiento llevado a cabo para el análisis de contenido de carácter cuantitativo de las muestras escogidas ha sido, en primer lugar, la realización de un cuestionario dicotómico (respuesta cerrada SI/NO) donde se puede extraer los datos de sí cumplen o no los reportajes seleccionados las características planteadas en el presente texto que deben aparecer, según los autores mencionados en el Marco Teórico, en todo reportaje periodístico transmedia y

en el periodismo digital: los principios básicos del Periodismo Transmedia y los rasgos básicos de la información digital, respectivamente.

Es relevante destacar el hecho de que se han separado las muestras por áreas geográficas, correspondiendo así las muestras 1, 2 y 3 (M1, M2 y M3) a los reportajes españoles, y las muestras 4, 5 y 6 (M4, M5 y M6) a los de países de origen latinoamericano.

El objetivo de esta división ha sido la mejor comparación de los rasgos de forma internacional, para poder reflejar en los resultados la distinción del tratamiento de los reportajes periodísticos transmedia en diferentes países de habla hispana que se encuentran separados por continentes y que cuentan con rutinas, hábitos, costumbres y culturas dispares entre sí.

Una vez realizada la tabla, se ha procedido a examinar minuciosamente todas y cada una de las muestras escogidas de forma previa. Se han analizado todos los apartados de dentro de cada reportaje transmediático (secciones, imágenes, podcasts, textos, vídeos, ...), también se han investigado los elementos externos a las propias páginas web (enlaces a otras plataformas como periódicos online, redes sociales, aplicaciones móviles, ...), la existencia de productos que se han trasladado a otros formatos a partir de los reportajes iniciales (ediciones impresas de los diarios en formato papel, revistas especiales, suplementos, otros productos digitales, ...), así como cualquier elemento que, formando parte de la misma historia, haya visto expandido su universo narrativo hacia otros medios o soportes para poderlos considerar como productos periodísticos transmediáticos.

Del mismo modo, también se han estudiado los periodos de tiempo en los que se han creado las muestras analizadas y su posterior desarrollo y continuidad. Se ha analizado también el tratamiento y el estilo periodístico de cada uno de los temas de las muestras, así como el total de fuentes y de expertos que han intervenido en cada uno de los reportajes para determinar si cumplen con los criterios objetivos fundamentales de la profesión periodística, si se distingue diversidad de puntos de vista, la veracidad de los hechos y las posibles soluciones que se puedan plantear en los reportajes que tratan temáticas de carácter conflictivo.

En definitiva, se ha investigado acerca del cumplimiento o no de los rasgos planteados al inicio de este documento y recopilados en el cuestionario, con la finalidad de establecer si se repiten todas las características en las seis muestras y de qué forma lo hacen. De este modo se podrá determinar si las conclusiones del análisis concuerdan o no con las hipótesis planteadas al inicio del trabajo y se podrán dividir los resultados según los datos obtenidos.

En la siguiente tabla (Tabla 1) se puede observar el cuestionario realizado para el análisis cuantitativo de los rasgos citados anteriormente de cada muestra seleccionada. Las muestras se encuentran divididas en zonas geográficas para la mejor comparación de datos en los resultados (España y Latinoamérica). Se encuentran, por una parte, las características planteadas que debe cumplir hipotéticamente cada reportaje (los Principios básicos del Periodismo Transmedia y las Características básicas de la información digital) y, por la otra parte, los objetos de estudio, que corresponden a las seis muestras escogidas previamente.

Tabla 1. Cuestionario dicotómico para el análisis de las diferentes muestras (SÍ/NO)

CARACTERÍSTICAS		MUESTRAS					
		ESPAÑA			LATINOAMÉRICA		
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
PRINCIPIOS BÁSICOS DEL PERIODISMO TRANSMEDIA	Expansión						
	Profundidad						
	Continuidad y Serialidad						
	Diversidad y Punto de Vista						
	Inmersión						
	Extractibilidad						
	Mundo real						

	Inspiración para la acción						
RASGOS BÁSICOS DE LA INFORMACIÓN DIGITAL	Hipertextualidad						
	Multimedialidad						
	Interactividad						
	Actualización						
	Universalidad de contenidos						
	Personalización						
	Memoria						

(Elaboración propia)

3.2. Exposición de la muestra

En el presente estudio se van a analizar un total de seis muestras de reportajes periodísticos transmedia realizados entre 2010 y 2015, de las cuales tres han sido extraídas de medios de comunicación españoles y las otras tres de medios latinoamericanos.

Cabe destacar que para la elección de dichos reportajes se ha hecho una selección minuciosa puesto que se debía poder asegurar que estos fueran de carácter transmediático y no únicamente multimedia, ya que ambos términos pueden prestar a confusión. La multimedialidad se entiende en el contexto del periodismo digital como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada” (Abadal y Guallar, 2010, p.42).

Para que un elemento, en este caso un reportaje, sea considerado como transmedia, este debe contemplar un universo narrativo en el que la historia principal se va expandida y continuada en diversos medios y plataformas.

Por tanto, una vez analizados los soportes en los que se desarrollaban las narraciones de cada reportaje, y una vez observado que también cumplían en su gran mayoría con rasgos propios de la información digital (enlaces, vídeos,

infografías, audios, texto, ...), se ha podido determinar que eran muestras válidas para su elección y el posterior análisis de sus características.

No obstante, el proceso de búsqueda de estas seis muestras ha sido costoso puesto que, en la actualidad, pese a ser la Narrativa Transmedia un formato muy utilizado tanto en los ámbitos de ciencia ficción como en los de no ficción, para el caso de los reportajes periodísticos aún se encuentra poco explotado, siendo los documentales transmedia el género por excelencia en este tipo de narraciones.

En el caso de los países de Sudamérica, la búsqueda de muestras ha sido un tanto más complicada que en contexto español, por lo que se ha optado por escoger tres casos de países diferentes, al no encontrar tal número de muestras con calidad suficiente para su análisis en una sola nación. Del mismo modo, se ha considerado la elección de muestras en tres países distintos porque se entiende que, al tratarse de estados próximos geográficamente y con niveles de desarrollo similares, cuentan con elementos culturales parejos que pueden sentar las bases de un patrón para la creación de reportajes transmediáticos.

Los seis reportajes de la muestra (M1, M2, M3, M4, M5 y M6) pese a estar agrupados por áreas territoriales, presentan temáticas muy dispares entre sí. Este factor ha sido decisivo también a la hora de seleccionar los reportajes puesto que poder estudiar piezas que versan sobre asuntos diferentes aporta mayor riqueza al análisis, ya que muchos elementos de cada uno de ellos son creados especialmente para cada tema.

En el caso español, se observan un total de tres muestras de medios de comunicación nacionales que tratan los temas de: la economía sumergida en el país, historias personales de superación y experiencias reales a partir de la crisis económica que dio comienzo en el año 2008. Por otra parte, las temáticas de las piezas correspondientes a países latinoamericanos (Colombia, Chile y Brasil) pertenecen a: el tratamiento de la hoja de la coca para usos medicinales, las violaciones a los derechos humanos durante la dictadura de Pinochet y la guerra de indígenas y ecologistas contra el gobierno brasileño por la construcción de la presa hidráulica Belo Monte en el cauce del río Xingú.

En primer lugar, el reportaje acerca de la economía sumergida corresponde a la Muestra 1 (M1) y se titula *Vivir en Negro*. Esta pieza fue creada por la sección *Especiales* del periódico *El Mundo* en el año 2012 y trata el tema del empleo sumergido en España, tanto en todo el estado como por comunidades autónomas y provincias.

En el reportaje se relatan testimonios de ciudadanos y ciudadanas que cuentan sus experiencias acerca de trabajar “en negro”, así como se cuenta con fuentes expertas (abogados, economistas, etc.) que ofrecen datos acerca de la cuestión (mediante gráficos, mapas interactivos, vídeos, audios, ...). Los usuarios pueden realizar encuestas que se encuentran presentes en la página web y pueden encontrar pautas para combatir el empleo sumergido.

Se ofrece de forma dinámica e interactiva una infinidad de información acerca de la cuestión, que puede ser compartida en las redes sociales y en la página web del medio, e incluso cuenta con un hashtag (#Vivirennegro) para seguir el reportaje de cerca. Por último, cabe destacar que, de forma previa a la exposición del reportaje, se fue avanzando mediante redes sociales y la web del periódico, datos acerca del mismo y que, a lo largo de los últimos años, se han ido publicando en el medio nuevas noticias y reportajes para tratar la cuestión de la economía sumergida, aunque de forma puramente informativa, sin el mismo estilo y enfoque que en el reportaje inicial.

Respecto al relato de las seis historias personales de esperanza superación, la Muestra 2 (M2), se encuentra el primer reportaje transmedia de la *Cadena COPE* titulado *Vidas en Movimiento* y creado y publicado en el año 2015. El reportaje dio comienzo en diversos programas de la radio donde los locutores de la cadena Ángel Expósito, Javi Nieves, Ramón García, Juan Pablo Colmenarejo, Joseba Larrañaga, José Luis Pérez y Cristina López Schlichting narraban las historias de los protagonistas: Álvaro, Fatiss, Isabel, Lea, Raúl y Juan Manuel.

Cada narración se complementaba con vídeos, textos y fotografías disponibles en la web de interactivos de la cadena dando lugar a *Vidas en Movimiento*. Bajo la etiqueta #Vidasenmovimiento se podría seguir de forma previa a la publicación del reportaje en las redes sociales y durante cada programa, la historia que se contaban cada día. Un año más tarde, en el 2016, la cadena creó un programa

titulado también *Vidas en Movimiento* donde se volvían a narrar testimonios como los del reportaje.

La radio, redes sociales, la web de interactivos de *COPE* y la página de la propia emisora fueron las plataformas principales de presentación, desarrollo y continuidad del relato, logrando así un formato de radio multimedia y reportaje transmedia que se complementaba para la narración emotiva de historias personales.

En el último caso español encontramos la Muestra 3 (M3), un reportaje que se basa en entrevistas a personas que padecen las consecuencias de las políticas adoptadas por los diferentes Gobiernos los últimos años en España: el desempleo juvenil, la precariedad laboral, el debilitamiento de la sanidad y de la educación pública, el desamparo de las personas dependientes, la represión policial, derecho a la vivienda digna amenazado por los desahucios, o la pobreza infantil.

Esta pieza la realizó por *eldiario.es* en el año 2014 bajo el título *Historias de la crisis* y su contenido se avanzó y se expandió por medio de redes sociales como *Twitter*, *Facebook* o *YouTube*, así como en la propia web del periódico. En el 2017, el medio publicó en su portal testimonios de cinco protagonistas del reportaje para ver si había cambiado su situación en los años posteriores al mismo.

El reportaje transmedia está dividido según temas y protagonistas, aportando para cada uno de ellos vídeos testimoniales, imágenes y otros elementos multimedia. Del mismo modo, el usuario puede prefijar su camino de lectura preferido para seguir las historias y buscar en otras plataformas donde se expandió el relato ampliación de la información inicial.

Ahora bien, si pasamos al contexto latinoamericano y nos centramos en Colombia, es relevante destacar que este país cuenta con unas tasas de plantación de coca y producción de cocaína mayores que en casi cualquier parte del mundo, convirtiéndose en un problema para el Gobierno que trata de erradicar la producción con una “guerra contra la droga”.

En el año 2010, la edición especial 360° de *El País Colombia*, publicó un reportaje transmedia de lo más completo que trataba el polémico tema de la batalla contra la cocaína y la defensa del uso terapéutico de la planta para combatir enfermedades.

Dicho reportaje corresponde con la Muestra 4 (M4) analizada en la presente investigación, y ofrece la posibilidad de seguir la historia en otras plataformas como *My Space*, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Reportajes 360* o en la propia web del medio, etc.

La pieza, que muestra las diferentes perspectivas, usos, estigmas, conflictos, comunidades y demás aspectos que giran alrededor de la mata de Coca, permite al público una vía de composición directa, donde el usuario decide de qué manera navegar a través del material permitiéndole explorar observar y participar. El reportaje se divide en siete secciones diferentes y ofrece la posibilidad de interactuar al usuario de forma directa compartiendo archivos y comentarios. Además, utiliza diversos elementos multimedia que ayudan a completar la información (audios, vídeos, imágenes, infografías, mapas, gráficos y zonas interactivas).

Por último, cuenta con múltiples fuentes que dan voz a la historia y ofrece diferentes versiones del mismo tema, simplificando la temática para su mejor comprensión y ofreciendo también la posibilidad de ver la evolución de la cuestión desde el 2 500 a.C. hasta el año 2009, previo a su publicación.

Para el caso de las violaciones de los derechos humanos durante la dictadura de Augusto Pinochet (1973 - 1990) investigadas por la Vicaria de la Solidaridad, el Centro de Investigación y Publicaciones de la Facultad de Comunicación y Letras de la Universidad Diego Portales de Chile realizó en el año 2014 un reportaje transmedia a raíz de una serie televisiva sobre la misma temática titulada *Los archivos del Cardenal*.

La Muestra 5 (M5) comprende este proyecto web que se desarrolló paralelamente a la segunda temporada de la serie; publicaba los reportajes correspondientes a cada capítulo unas horas antes al estreno de estos en la televisión. Paralelamente, se podría seguir y completar en *Twitter* también cada

caso; las redes sociales eran utilizadas en tiempo real para contar en qué casos y personas reales se inspiraba cada capítulo.

El reportaje transmedia, que también publicó los reportajes pertenecientes a cada capítulo de la temporada 1, al final de la segunda temporada se llegó a completar con todas las historias relatadas en los capítulos de la serie, cumplimentadas con imágenes, videos, líneas de tiempo, galerías de prensa, etc. Además, a raíz del reportaje y de la serie, se crearon DVD's, una aplicación móvil y un libro con todas las piezas redactadas en el mismo.

Finalmente, la Muestra 6 (M6) producida el año 2013 en Brasil, corresponde al reportaje *A Bathala de Belo Monte* publicado por periódico brasileño *Folha de Sao Paulo*. En ella se relata la creación en el estado brasileño de Pará de la tercera planta hidroeléctrica más grande del mundo, un controvertido proyecto de construcción debido a la baja eficiencia de la represa, su impacto ambiental y sus efectos sobre los indígenas, los habitantes de las riberas y los habitantes de Altamira.

La pieza reúne un total de cinco capítulos contenidos complementarios e independientes entre sí, y está compuesta por infografías, vídeos, fotos a gran escala de visualización, mapas interactivos, videos con textos informativos e imágenes artísticas.

A Bathala de Belo Monte cuenta con diferentes apartados donde se encuentran relatados los hechos en capítulos, una sección de opinión donde se trata el tema de forma más subjetiva, una sección sobre el *making of* del reportaje, otra que lleva al usuario a otra página para ver el mapa interactivo de donde se construyó la presa y, finalmente, un apartado que enlaza al lector a la aplicación del Folhacópeto.

El universo narrativo de la historia se expande por medio de plataformas como redes sociales principalmente, destacando el relato en *Twitter* y *Facebook* de este. Cabe matizar que el periódico digital ha seguido ampliando las informaciones del estado de la cuestión hasta la actualidad en diversas noticias y artículos relacionados, aunque no se haya completado o actualizado la información en la página del propio reportaje.

El reportaje mezcla el concepto de videojuego con la citada aplicación del Folhacóptero, un helicóptero que "sobrevuela" la instalación industrial en un paseo virtual e informativo. De esta manera, el usuario puede obtener una experiencia cognitiva más allá de la lectura o la recepción comunicacional tradicionalmente ofrecida por otros modelos de reportaje.

Una vez explicadas cada una de las muestras, para el resumen y la mejor comprensión de la información mencionada anteriormente, se pueden ver recopilados los datos básicos acerca de cada muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. Selección de muestras de reportajes transmedia producidos entre el 2010 y el 2015 en España y Latinoamérica

PAÍS	MUESTRA	PROYECTO	AÑO DE CREACIÓN	MEDIO	TEMA
ESPAÑA	M1	<i>Vivir en negro</i>	2014	<i>El Mundo</i>	Economía sumergida en España
	M2	<i>Vidas en movimiento</i>	2015	<i>Cadena COPE</i>	Historias de superación
	M3	<i>Historias de la crisis</i>	2014	<i>Diario.es</i>	Testimonios consecuencias sociales
AMÉRICA LATINA (COLOMBIA, CHILE Y BRASIL)	M4	<i>La hoja sagrada</i>	2010	<i>El País Colombia</i>	Uso medicinal de la coca
	M5	<i>Los casos de La Vicaria</i>	2014	<i>CIP de la UDP Chile</i>	Violaciones a los DDHH
	M6	<i>A Bathala de Belo Monte</i>	2013	<i>Folha de Sao Paulo</i>	Construcción presa hidráulica

(Elaboración propia)

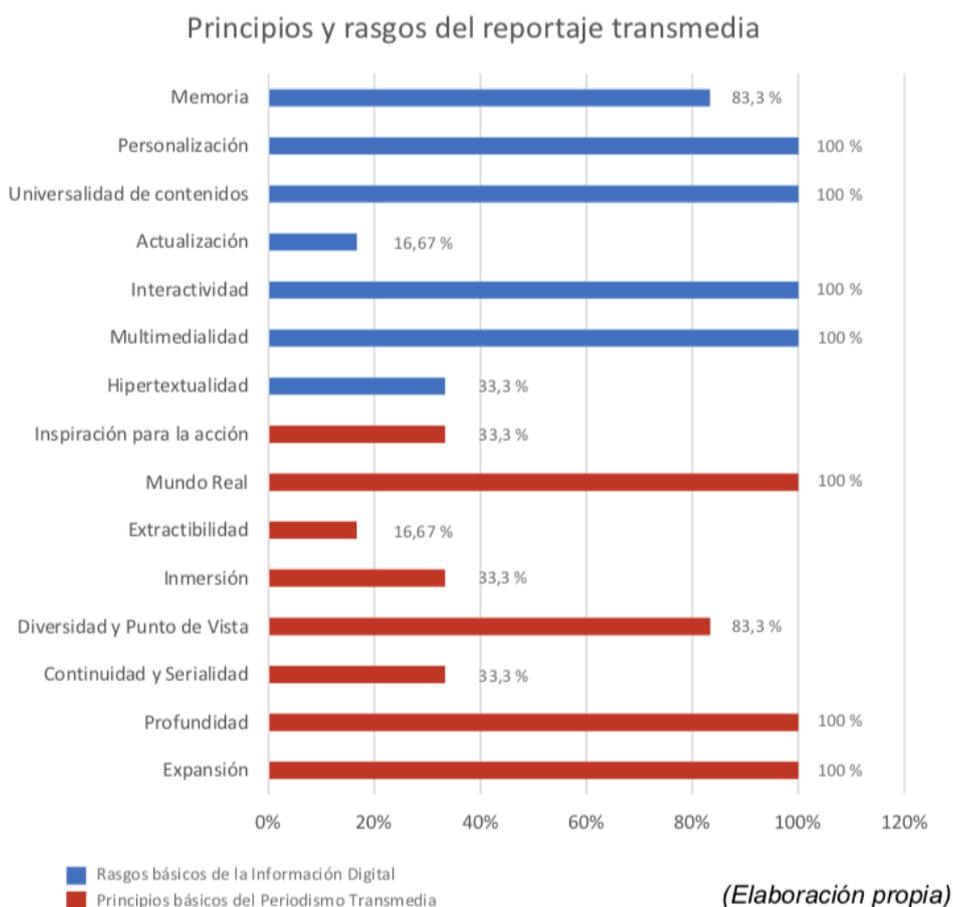
4. RESULTADOS

4.1. Análisis cuantitativo por muestras

Una vez llevado a cabo el procedimiento de análisis mediante la técnica de investigación de carácter cuantitativo de cada una de las muestras seleccionadas y después de haber recogido los datos en el cuestionario dicotómico adjunto en los anexos del presente documento, se procede a extraer mediante diferentes gráficos los resultados más significativos y relevantes obtenidos en el estudio.

El primer gráfico (Gráfico 1) corresponde a la visualización mediante porcentajes de la frecuencia de aparición de cada una de las características que según las hipótesis iniciales debe presentar cada reportaje periodístico transmedia (Principios básicos del Periodismo Transmedia y Rasgos básicos de la Información digital) para cada muestra, sin distinción por áreas geográficas.

Gráfico 1. Frecuencia de aparición de las características de los reportajes transmedia en las seis muestras



En primer lugar, es necesario destacar que los resultados se han dividido en el Gráfico 1 por colores según si se trata de Principios básicos del Periodismo Transmedia (rojo) o de Rasgos básicos de la Información digital (azul) para la mejor comprensión de estos.

El dato más significativo es que se dan siete características al 100 %, es decir, en todas las muestras analizadas. Cuatro de ellas corresponden a rasgos de la información digital (Personalización, Universalidad de contenidos, Interactividad y Multimedialidad) y las tres restantes a principios del transmedia (Mundo Real, Profundidad y Expansión).

Por otro lado, se dan dos características de las 15 analizadas al 83,33 % lo cual significa que se han cumplido en cinco de los seis reportajes estudiados. Estas cualidades corresponden a la Memoria y a la Diversidad y Punto de vista, un rasgo de la información digital y un principio del periodismo transmedia.

Ahora bien, después de llevar a cabo el análisis cuantitativo de las muestras se observa también como resultado en el presente gráfico que hay una serie de rasgos/principios que se dan con muy poca frecuencia de aparición. Estos porcentajes corresponden, por una parte, en un 33,33 % a cuatro características que únicamente se dan en dos de las seis muestras: Hipertextualidad, Inspiración para la acción, Inmersión y Continuidad y Serialidad.

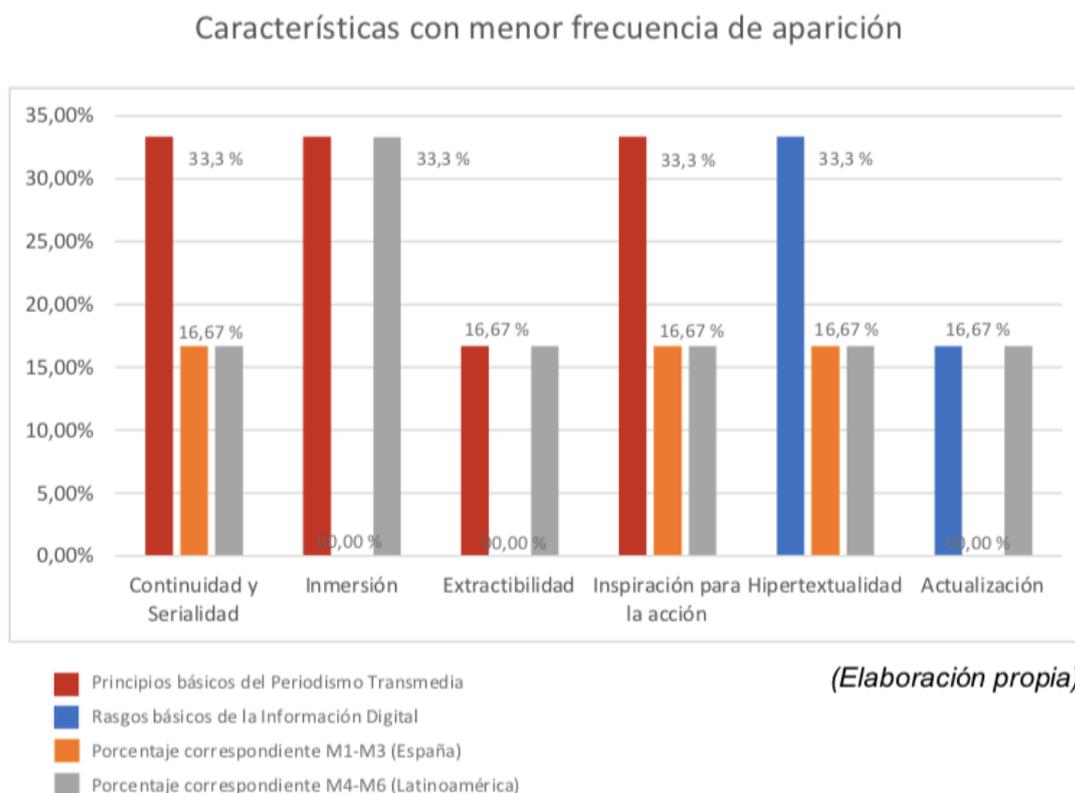
Por la otra parte, existen dos características, una propia de la información digital y otra propia del periodismo transmedia, que únicamente aparecen una vez en las seis muestras: Actualización y Extractibilidad, respectivamente.

Se observa además en el gráfico, que la frecuencia de aparición de dichas características se da de una forma muy abundante o muy escasa. Es decir, o aparece una cualidad en todas las muestras (6/6) o en casi todas (5/6), o por el contrario no tiene apenas presencia, ya que aparece en una o dos muestras de las seis analizadas (1/6) y (2/6).

Las características que aparecen de forma poco frecuente en los seis reportajes estudiados, tanto los españoles como los de origen latinoamericano, se pueden observar en el siguiente gráfico (Gráfico 2) que comprende el porcentaje de

aparición de cada una de ellas, seguido de los porcentajes resultantes de cada muestra por área geográfica para la clara comprensión de su procedencia.

Gráfico 2. Características con menor frecuencia de aparición en las Muestras M1-M6



Las cifras presentes pertenecen a seis características correspondiendo cuatro de ellas a los Principios básicos del Periodismo Transmedia, y las dos restantes a Rasgos básicos de la información digital. Por consiguiente, se destaca que la Continuidad y Serialidad, la Inmersión, la Extractibilidad, la Inspiración para la acción, la Hipertextualidad y la Actualización aparecen de forma muy poco frecuente o no aparecen en los reportajes transmedia españoles y latinoamericanos analizados.

Por tanto, todas las cualidades restantes de las 15 analizadas en el cuestionario dicotómico inicial, se dan con un grado de frecuencia muy elevado en los reportajes mencionados, puesto que se repiten en prácticamente todas las muestras: Expansión, Profundidad, Diversidad y Punto de Vista y Mundo Real en cuanto a los principios del periodismo transmedia, y Multimedialidad, Interactividad, Universalidad de contenidos, Personalización y Memoria, por lo que refiere a cualidades de la información en la red.

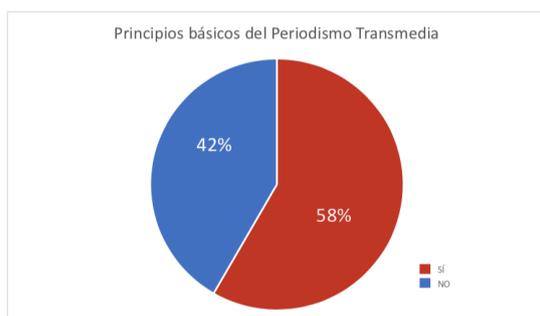
Si se desea observar los porcentajes de aparición de estas características que se dan de forma frecuente y su procedencia por áreas geográficas, se puede acudir al gráfico de *Características con mayor frecuencia de aparición en las Muestras M1-M6* adjunto en los Anexos del presente documento (Gráfico 10).

Después de explicar la frecuencia de aparición de cada cualidad en el total de muestras seleccionadas, se dan como resultado diversas cifras que corresponden a los porcentajes de Rasgos básicos de la información digital y Principios básicos del Periodismo transmedia que se dan en los reportajes.

Por un lado, aparecen los Principios básicos del Periodismo Transmedia que, de un total de 48 posibilidades de aparición de cada uno de ellos (ocho principios para seis muestras), únicamente se dan en 28 ocasiones. Por el otro lado, en cuanto a los Rasgos básicos de la Información digital que pueden aparecer como máximo 42 veces (siete principios para cada muestra en un total de seis muestras), se repiten en un total de 32 ocasiones.

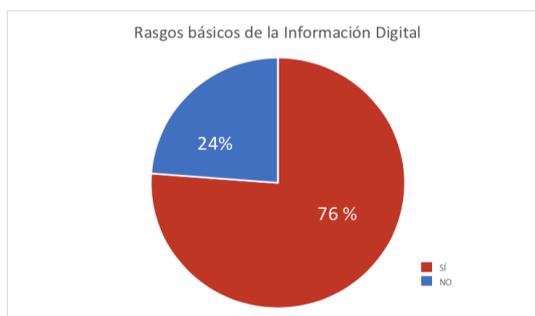
Los porcentajes que se obtienen, por tanto, recaen en un 76 % de frecuencia de aparición de los rasgos de la información *online* y en un 58 % para los principios del transmedia acuñados por Moloney (2011), tal y como se comprueba en los siguientes gráficos (Gráfico 3 y Gráfico 4), siendo los principios de Expansión, Profundidad, Diversidad y Punto de Vista y Mundo Real y los rasgos de Universalidad de contenidos, Personalización y Memoria los más frecuentes.

Gráfico 3. *Porcentaje de aparición Rasgos básicos de la Información Digital para M1-M6*



(Elaboración propia)

Gráfico 4. *Porcentaje de aparición Principios básicos del Periodismo Transmedia para M1-M6*



(Elaboración propia)

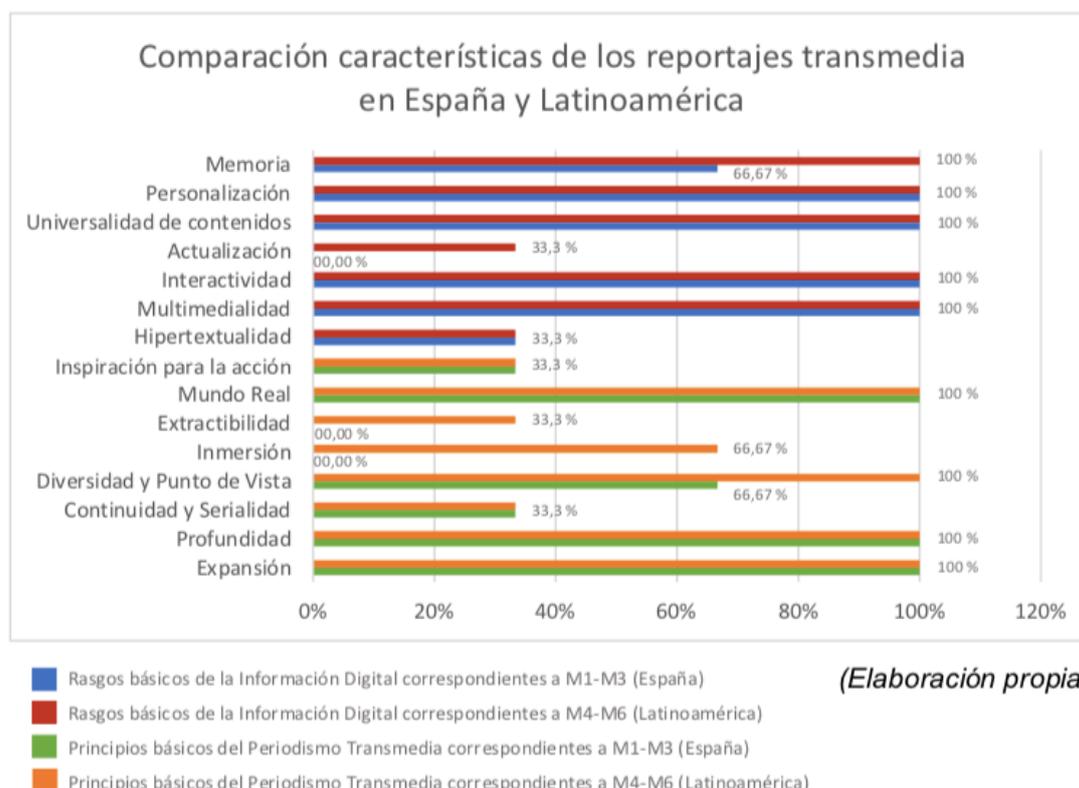
4.2. Análisis cuantitativo por zonas geográficas

A raíz de los datos obtenidos en el análisis de las diferentes muestras, se establece la posibilidad de diferenciar los resultados según si los reportajes provienen de España o Latinoamérica con el objetivo de exponer las similitudes o diferencias que dichos datos puedan ofrecer.

Para contextualizar la procedencia de las piezas analizadas, es necesario recordar que las tres primeras muestras (Muestra 1, Muestra 2 y Muestra 3) se han extraído de medios españoles y que las restantes (Muestra 4, Muestra 5 y Muestra 6) corresponden a medios latinoamericanos, como son Colombia, Chile y Brasil, respectivamente.

En el siguiente gráfico (Gráfico 5) se establece la distinción por colores de los porcentajes correspondientes a la frecuencia de aparición de los Rasgos básicos de la Información Digital y de los Principios básicos del Periodismo Transmedia para las diferentes muestras agrupadas por áreas geográficas (M1-M3 España y M4-M6 Latinoamérica).

Gráfico 5. Comparación de las características de los reportajes transmedia en España y Latinoamérica



Antes de entrar en detalles acerca de las cifras que se extraen del gráfico superior, se debe tener en cuenta que cada barra pertenece al porcentaje correspondiente para las muestras divididas por zonas. Por tanto, existen tres muestras para España y tres para Latinoamérica, por lo que cada cifra únicamente puede ser 100 % (si cumplen con la característica las tres muestras en su totalidad), 66,67 % (si solo se da la cualidad en dos de las tres muestras), 33,3 % (si se da únicamente en un reportaje de los tres) y, finalmente 00,00 % si no aparece el rasgo o principio en cuestión en ninguna muestra.

Puesto que ya se han expuesto los datos acerca de la frecuencia de aparición de todas las características de forma general, sin distinción por países, en este punto se van a presentar aquellos datos que se pueden considerar como diferencias o similitudes a la hora de producir reportajes periodísticos transmedia entre España y Latinoamérica que puedan conllevar un patrón de creación.

El hecho más relevante es que todos los porcentajes son muy parejos, es decir, aunque haya cualidades que se observen de una forma más o menos periódica en las muestras, los índices son muy parecidos para cada país. Si la característica X aparece mucho en los reportajes españoles, también lo hace en los latinoamericanos, del mismo modo que si la cualidad Y no suele estar presente en las piezas producidas en España, tampoco lo estará en las sudamericanas, aunque no sea en los porcentajes exactos.

Por consiguiente, se establece un patrón de reincidencia en la aparición de las cualidades que diferencia aquellas que se repiten más de aquellas que lo hacen en menor medida, tal y como se ha podido observar en el gráfico superior.

Del mismo modo, es significativo destacar que hay cualidades que no se repiten nunca o prácticamente nunca en los reportajes transmedia españoles y latinoamericanos. Este es el caso la Actualización por lo que refiere a Rasgos básicos de la información digital, y la Extractibilidad y la Inmersión en cuanto a los Principios básicos del Periodismo Transmedia (estos datos se pueden ver también reflejados en el Gráfico 2).

Ahora bien, la cuestión relevante en este punto no es cuáles son las cualidades que no aparecen en las muestras analizadas, sino que todas las que aparecen lo hacen en los reportajes de origen latinoamericano, dejando a los de

procedencia española huérfanos de las mismas. Resulta significativo este hecho puesto que acrecienta un mayor desarrollo o una mayor presencia de los rasgos que hipotéticamente deberían tener los reportajes transmedia en las piezas procedentes de una zona geográfica concreta.

En los anexos del presente documento se encuentran dos gráficos que muestran la comparación por países de la frecuencia de aparición de los principios y rasgos estudiados para cada una de las muestras (Gráfico 11 y Gráfico 12).

Por último, se considera relevante comparar los porcentajes de aparición de los rasgos y principios divididos por zonas geográficas. Es necesario poner de manifiesto que se han dividido por una parte las muestras (España: M1-M3 y Latinoamérica M4-M6) y a su vez el número de principios y rasgos para cada una de ellas, dando como resultado que los principios del PT se puedan dar en un total de 24 ocasiones y que los rasgos de la información en red lo puedan hacer como máximo 21 veces.

Gráficos 6 y 7. *Porcentajes de aparición de los Principios básicos del Periodismo Transmedia en España y Latinoamérica*



Gráficos 8 y 9. *Porcentajes de aparición de los Rasgos de la Información Digital en España y Latinoamérica*



En los anteriores gráficos (Gráficos 6, 7, 8 y 9) se muestra el porcentaje correspondiente de frecuencia de aparición de características en las muestras según zonas geográficas. Por una parte, respecto a los principios básicos del Periodismo Transmedia en España, estos aparecen en 13 posibilidades de 24, dando como resultado un 54,17 % de frecuencia de aparición, mientras que en Latinoamérica la cifra es de 70,83 % debido a que los principios se dan en 17 ocasiones.

Por lo que refiere a los rasgos básicos de la información digital, el porcentaje que atañe a España es del 71,43 % (los rasgos se repiten 15 veces de 21), y el correspondiente a Latinoamérica es del 80,95 % pues hay 17 rasgos en las tres muestras de los 21 posibles.

Se observa en los gráficos, por tanto, que aparecen algunas diferencias en la comparación de las características por países. España queda en un segundo plano en cuanto a porcentajes de frecuencia de aparición de los principios y los rasgos, puesto que se sitúa por detrás de los países de origen latinoamericano donde dicha repetición es mayor, sobre todo por lo que refiere a los principios del Periodismo Transmedia. Las diferencias recaen en un 17 % menos de aparición de los principios en España respecto a Latinoamérica, y en un 10% menos en cuanto a los rasgos también en España respecto a Latinoamérica.

Asimismo, se considera significativo destacar que los Principios Básicos del Periodismo Transmedia establecidos por Moloney (2011) se repiten en menor medida que los Rasgos básicos de la Información Digital, tal y como se puede comprobar en el gráfico, pues según el análisis cuantitativo realizado en el presente estudio, muchas de sus cualidades no aparecen o aparecen con muy poca frecuencia en las muestras analizadas, teniendo más impacto en las latinoamericanas frente a las piezas españolas.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Una vez realizado el análisis cuantitativo de las seis muestras estudiadas y después de haber expuesto los resultados de forma objetiva, se procede a extraer las conclusiones principales, que a su vez verificarán o anularán las hipótesis planteadas al inicio del presente estudio, así como a contrarrestarlas con la literatura previamente estudiada, para finalmente poder delimitar las limitaciones encontradas durante el desarrollo metodológico de la investigación.

En primer lugar, cabe destacar que, tal y como se ha estudiado, las Narrativas Transmedia consisten en un modelo de relato donde una historia es contada a través de diferentes soportes y plataformas con la finalidad de ofrecer cada una de ellas un contenido único que enriquezca su universo narrativo. No se trata, por tanto, de replicar la misma historia en diferentes canales, sino de crear distintas piezas de una misma historia en cada uno de los medios para que el público pueda participar y vivir una experiencia gracias al contenido.

Estas narraciones se encuentran en auge y gozan de una elevada presencia en el panorama comunicativo actual, hecho que las convierte en un fenómeno que atraviesa el espectro cultural de la sociedad y que está presente en el periodismo, transformando los canales de producción, distribución y consumo tradicionales.

Ahora bien, una vez delimitada la función de las NT a raíz de los hechos observados en la investigación, se procede a comparar las hipótesis planteadas con los resultados del análisis por muestras expuestos previamente.

En cuanto a la primera hipótesis (H1), se considera válida ya que se ha puesto de manifiesto y se ha podido corroborar que el Periodismo Transmedia sí que resulta un fenómeno convergente que supone tanto para la profesión como para los medios de comunicación la aparición de nuevas audiencias, lenguajes y canales para la producción y circulación de información. Esta fórmula no se basa en la mera transmisión de un único mensaje de forma unidireccional por medio de un solo canal, sino que ahora tanto periodistas como público pueden participar en la producción del contenido y lo pueden consumir y distribuir en infinidad de plataformas.

Por lo que respecta a la segunda hipótesis (H2), cabe destacar que también resulta correcta puesto que, tal y como se ha demostrado en el desarrollo de esta investigación, la información periodística recurre a las Narrativas Transmedia para la creación, producción y distribución de reportajes. El reportaje, dada su flexibilidad, se convierte por tanto en un género periodístico idóneo para la generación de información periodística de carácter transmedia.

Al observar de cerca el reportaje y analizar hasta un total de seis piezas de procedencia distinta y con temáticas muy dispares, se han podido examinar de cerca todas las cualidades presentes en cada muestra, con la finalidad de establecer si coinciden con las propuestas en este documento.

Este análisis ha concluido con la falsación de la tercera hipótesis planteada en la investigación (H3), la cual planteaba que las características del reportaje periodístico transmediático correspondían a los principios básicos del Periodismo Transmedia establecidos por Kevin Moloney (2011): expansión, profundidad, continuidad y serialidad, diversidad y puntos de vista, inmersión, extractibilidad, mundo real e inspiración para la acción, así como a los rasgos básicos de la información digital propuestos por Caminos, Marín y Armentia (2006) y Díaz Noci (2014): hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, actualización constante, universalidad de contenidos, personalización y memoria.

Esta hipótesis no ha resultado válida porque las cualidades que se han extraído del análisis de las muestras han sido que únicamente hay siete características que establecen un patrón de creación pues se dan en todos los casos: Expansión, Profundidad y Mundo Real, por lo que respecta a los principios, y Multimedialidad, Interactividad, Universalidad y Personalización en cuanto a rasgos. Del mismo modo, el rasgo de Memoria y el principio de Diversidad y Punto de vista se dan en cinco de las seis muestras, por lo que también podrían considerarse como cualidades válidas para la creación de reportajes periodísticos transmedia. Las seis características restantes, por tanto, no formarían parte de un patrón imitable de elaboración de reportajes transmedia: Extractibilidad, Continuidad y Serialidad, Inmersión e Inspiración para la acción (principios básicos del Periodismo Transmedia) y Actualización e Hipertextualidad (rasgos básicos de la información digital).

Por último, encontramos que la cuarta hipótesis (H4), aquella que planteaba que los medios de comunicación españoles y latinoamericanos analizados que generan reportajes transmedia no iban a presentar diferencias significativas a la hora de cumplir con las características del *Transmedia Journalism* y de la información digital, por lo que se establecía un patrón de creación común en los diversos países, tampoco ha resultado afirmativa al 100 %, es decir, no se establecen grandes diferencias en cuanto a las cualidades que aparecen de forma frecuente en todas las muestras divididas por zonas. Tal y como se ha comprobado en los gráficos expuestos en los resultados de este estudio, las características frecuentes por países son las mismas con porcentajes muy parejos; si una cualidad se da mucho o muy poco en los reportajes españoles también lo hace en los latinoamericanos, y viceversa.

Sin embargo, el hecho relevante en cuanto a las diferencias en sendas áreas recae en la conclusión que los reportajes latinoamericanos están más desarrollados que los españoles. La frecuencia de aparición de los Principios básicos del periodismo transmedia y de los Rasgos básicos de la información digital es significativamente más elevada en Colombia, Chile y Brasil que en España; además de que las piezas procedentes de Latinoamérica son mucho más completas, tanto por contenidos como por número de plataformas de expansión de la historia, número fuentes, etc.

Con todo, se concluye que las características del reportaje transmedia corresponden a Expansión, Profundidad, Mundo Real, Multimedialidad, Interactividad, Universalidad y Personalización, no a las 15 cualidades propuestas en el documento; y que los reportajes periodísticos transmedia españoles y latinoamericanos van a la par normalmente en cuanto a frecuencia aparición de los rasgos estudiados, aunque España siempre se sitúa en segundo lugar, por lo que se establece un patrón similar, que no idéntico, de creación.

Ahora bien, si se compara lo analizado con aquello que han relato diversos autores acerca del reportaje periodístico transmedia, surgen diversas consideraciones para tener en cuenta. En primer lugar, se ha podido comprobar que los reportajes se convierten en género transmedia al poseer “en un único tema distintos lenguajes a partir de distintas plataformas que en conjunto sustituyen la narrativa final” (Porto Renó y Flores, 2012, p.80).

Estas piezas no están creadas para ser páginas web que contienen reportaje en línea, sino que son las propias webs las que se convierten en el reportaje tal y como afirma Larrondo (2009). La flexibilidad que admite el género reportaje, junto con las transformaciones en los procesos comunicativos derivados de la digitalización y los hechos anteriormente mencionados que se han visto repetidos a lo largo de las piezas analizadas para la muestra, han resultado que se corroboren las afirmaciones que los autores han planteado originalmente.

Sin embargo, a diferencia de lo establecido por Moloney (2011), las cualidades que deben aparecer en un reportaje transmediático no son los *Principios básicos del Periodismo Transmedia* que el literato planteó años atrás, sino que estos han ido reformulándose y adaptándose a las demandas de las audiencias, dejando así algunas de estas cualidades fuera de los rasgos con mayor frecuencia de aparición.

En este sentido, se han desarrollado unos principios del periodismo transmedia más que otros, lo cual ha concluido en la falsación de la teoría presentada por Moloney donde se establecía que cada reportaje periodístico transmedia, por el hecho de serlo, debía comprender una serie concreta de cualidades, tales como: expansión, profundidad, continuidad y serialidad, diversidad y puntos de vista, inmersión, extractibilidad, mundo real e inspiración para la acción (Moloney, 2011).

La metodología utilizada en el presente estudio ha conllevado una serie de limitaciones que no han dejado analizar la presencia de los rasgos de una forma más acentuada, es decir, se han analizado todas y cada una de las piezas de forma exhaustiva pero los datos de la tabla, al tratarse de un cuestionario dicotómico, no han permitido la profundidad de los resultados. Debido a este tipo de análisis se han limitado las respuestas a establecer si una cualidad se repetía con frecuencia o no, dejando a un lado las posibles causas o consecuencias de este hecho.

Para un análisis mayor acerca de por qué los rasgos aparecen de una forma o de otra y ver si hay un patrón que así lo establece, se podrían realizar futuras investigaciones donde el análisis fuera más extenso y no se limitara la respuesta de forma cerrada (SI/NO), pudiendo participar en los resultados un número de

información mayor. Del mismo modo, si se opta por el mismo tipo de análisis, para la obtención de unos resultados más exactos que determinen rigurosamente las cualidades y las características que se dan en los reportajes periodísticos transmedia en España y Latinoamérica, se recomienda la realización de un estudio más amplio acerca del tema en el cual se puedan estudiar un volumen de muestras mayor que en la presente investigación.

Además, también se podría realizar un estudio concreto de un número mayor de reportajes transmedia donde se analicen los rasgos de aparición y su frecuencia, pero sin basarse en los establecidos por autores como Moloney (2011) y Caminos, Marín y Armentia (2006) y Díaz Noci (2014), puesto que estos delimitan de forma muy concreta los aspectos a analizar y se podrían obtener informaciones diferentes acerca de características que aparecen frecuentemente, que no han aparecido en las conclusiones del presente estudio puesto que no se han tenido en cuenta.

Finalmente, podría ser interesante, una vez delimitado cómo se construyen los reportajes transmedia en España y en América Latina, estudiar los mismos en otra parte del mundo donde las diferencias culturales, ideológicas, sociales, etc., sean mucho mayores y determinar así, las diferencias en la creación de este tipo de reportajes alrededor del mundo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abadal, E. y Guallar, J. (2010). *Prensa digital y bibliotecas*. Gijón: Trea.
- BARDIN, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Caminos, J.F., Martín, M., & Armentia, J.I. (2006). Elementos definitorios del Periodismo Digital. *Revistas UCM: Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 13, p.317-336. Recuperado en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110317A/12129>
- Centro de Investigaciones y Publicaciones de la Universidad Diego Portales de Chile. (2014). *Los Casos de la Vicaria*. Recuperado de <http://www.casosvicaria.cl>
- Danvers, F. (1994). *700 mots-clefs pour l'éducation*. Paris: Presses Universitaires de Lille.
- De la urbe. (2007). *Newsgaming, entre las nuevas formas de hacer periodismo*. Recuperado de <http://delaurbe.udea.edu.co/2016/02/26/el-newsgame-entre-las-nuevas-maneras-de-hacer-periodismo/>
- Díaz Noci, J. (2001). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Díaz Noci, J. (2014) Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación*, 6, p.53-91. Recuperado en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2653331>
- El Diario. (2014). *Historias de la crisis*. Recuperado de http://www.eldiario.es/multimedia/historias_de_la_crisis/index.html
- El Mundo. (2014). *Vivir en negro*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/especiales/vivir-en-negro/empleo-sumergido.html>

- El País Colombia. (2010). *La hoja sagrada*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/reportaje360/ediciones/coca-hoja-sagrada/#inicio>
- Fernández Parratt, S. (2001). El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación. ZER Revista de Estudios de Comunicación, 6(11). Recuperado de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6086/5768>
- Folha de Sao Paulo. (2013). *A Bathala de Belo Monte*. Recuperado de <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/en/>
- Go Conqr. (2007). *Docugame*. Recuperado de https://www.goconqr.com/p/3842152-docugame-slide_sets
- Gonçalves, E. M., dos Santos, M., & Porto, D. (2015). Reportagem: o gênero sob medida para o jornalismo contemporâneo. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (130), p.223-242. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5792121>
- IEMD. (2017). *Qué es prosumer*. Recuperado de <https://iimd.com/prosumer/que-es-prosumer>
- Interactivos COPE. (2015). *Vidas en movimiento*. Recuperado de <http://interactivos.cope.es/vidasenmovimiento/>
- Irala Hortal, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. Revistas UCM: Estudios sobre el mensaje periodístico, 20(1), p.147-159. Recuperado en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45224>
- Irigaray, F. y Lovato, A. (2014). *Hacia una Comunicación Transmedia*. Rosario: UNR Editora.
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger*. Recuperado de: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Recuperado de: <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. *Confessions of an Aca-Fan*, 22(3), p.06-14. Recuperado en: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html?rq=seven%20principles
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- López García, G. (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Servei de Publicacions de la Universitat de València. Recuperado en: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>
- Marín, I. y Hierro, E. *Gamificación. El poder del juego en la gestión empresarial y la conexión con los clientes*. Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39195/1/Gamificación%20\(definición\).pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39195/1/Gamificación%20(definición).pdf)
- Martín, M., & Rodríguez, S. (2017). *Manual de Periodismo Transmedia: Introducción y orientación al desarrollo de reportajes periodísticos transmedia*. Trabajo final para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba (inédita). Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/5008>
- Martín Vivaldi, G. (1987). *Géneros Periodísticos*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Moloney, K. T. (2011). *Porting transmedia storytelling to journalism* (Tesis Doctoral). University of Denver, Colorado. Recuperado de https://www.colorado.edu/journalism/photojournalism/Transmedia_Journalism.pdf

- Nennyfruts. (2011). *Ciberperiodismo*. Recuperado de <https://nennyfruts.wordpress.com/1-introduccion-al-ciberperiodismo-2/>
- Observatorio Cibermedios. (2018). *Periodismo Inmersivo*. Recuperado de <https://observatoriocibermedios.upf.edu/periodismo-inmersivo>
- Patterson, C. M. (2003). El buen reportaje, su estructura y características. *Revista Latina de Comunicación Social*, 56, p.01-02. Recuperado en https://www.ull.es/publicaciones/latina/latina_art642.pdf
- Peñafiel, C. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *adComunica*, (12), p.163-182. Recuperado en: <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/341/286>
- Renó, D. P., y Miguel, F. V. (2012). *Periodismo transmedia: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Editorial Fragua.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Smith, A. y Pearson, R. (2014). *Storytelling in the media convergence age*. Palgrave Macmillan.
- Ureta, A. L. (2004). El reportaje se reinventa en la red: estructura del reportaje hipertextual. *Revista Latina de Comunicación Social*, 7(57). Recuperado en: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm>
- Valle, Ángel (27 de noviembre de 2015). Periodismo transmedia. La Razón. Recuperado de: <http://www.larazon.es/opinion/tribuna/periodismo-transmedia-HF4520669#.Tt1LT5ZEP6XdQW>
- Yanes, R. (2007). El reportaje, texto informativo aglutinador de distintos géneros periodísticos. *Espéculo: Revista de Estudios literarios*, (34). Recuperado en: <http://webs.ucm.es/info/especulo/numero34/reportaj.html>

ANEXOS

ANEXO 1. Tablas con los datos del análisis y de las muestras

Tabla 1. Cuestionario dicotómico para el análisis de las diferentes muestras

CARACTERÍSTICAS		MUESTRAS					
		ESPAÑA			AMÉRICA DEL SUR		
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
PRINCIPIOS BÁSICOS DEL PERIODISMO TRANSMEDIA	Expansión	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
	Profundidad	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
	Continuidad y Serialidad	NO	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
	Diversidad y Punto de Vista	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
	Inmersión	NO	NO	NO	SÍ	NO	SÍ
	Extractibilidad	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO
	Mundo real	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
	Inspiración para la acción	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	NO
RASGOS BÁSICOS DE LA INFORMACIÓN DIGITAL	Hipertextualidad	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO
	Multimedialidad	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
	Interactividad	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
	Actualización	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO
	Universalidad de contenidos	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
	Personalización	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
	Memoria	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

(Elaboración propia)

Tabla 2. Selección de muestras de reportajes transmedia producidos entre el 2010 y el 2015 en España y Latinoamérica

PAÍS	MUESTRA	PROYECTO	AÑO DE CREACIÓN	MEDIO	TEMA
ESPAÑA	M1	<i>Vivir en negro</i>	2014	<i>El Mundo</i>	Economía sumergida en España
	M2	<i>Vidas en movimiento</i>	2015	<i>Cadena COPE</i>	Historias de superación
	M3	<i>Historias de la crisis</i>	2014	<i>Diario.es</i>	Testimonios consecuencias sociales
AMÉRICA LATINA (COLOMBIA, CHILE Y BRASIL)	M4	<i>La hoja sagrada</i>	2010	<i>El País Colombia</i>	Uso medicinal de la coca
	M5	<i>Los casos de La Vicaría</i>	2014	<i>CIP de la UDP Chile</i>	Violaciones a los DDHH
	M6	<i>A Bathala de Belo Monte</i>	2013	<i>Folha de Sao Paulo</i>	Construcción presa hidráulica

(Elaboración propia)

ANEXO 2. Gráficos con los resultados del análisis

Gráfico 1. Frecuencia de aparición de las características de los reportajes transmedia en las seis muestras en las seis muestras

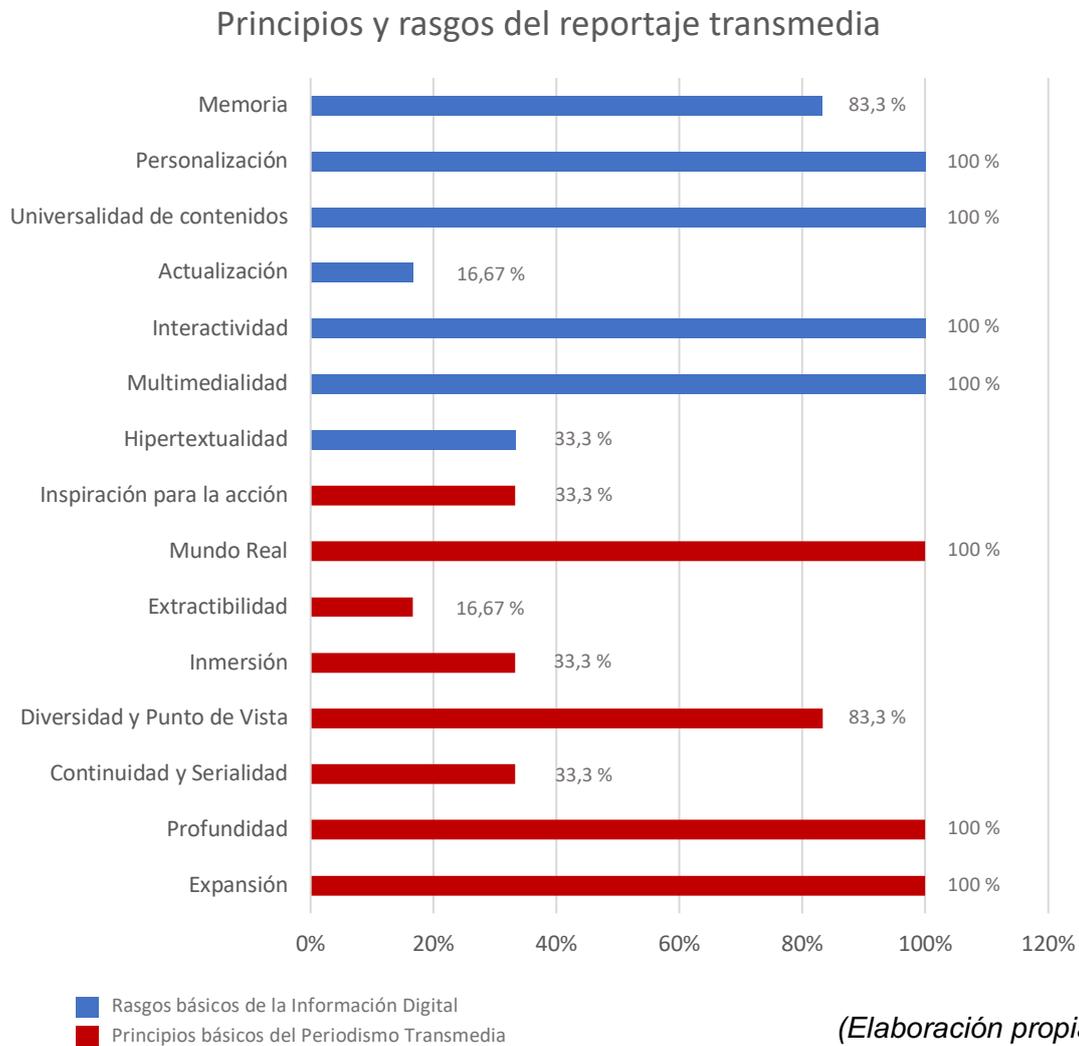
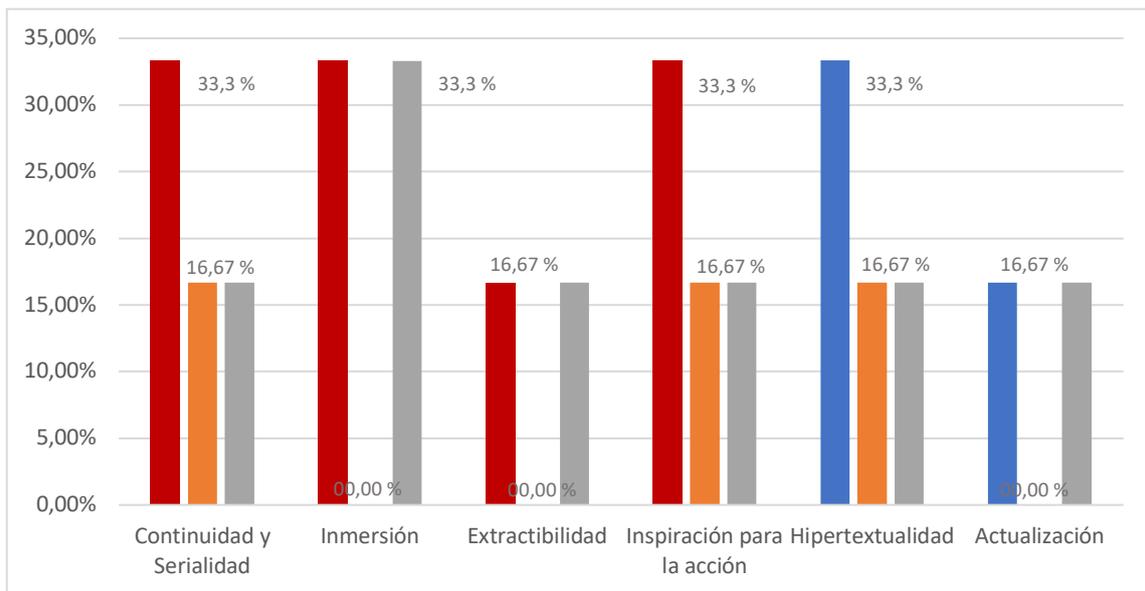


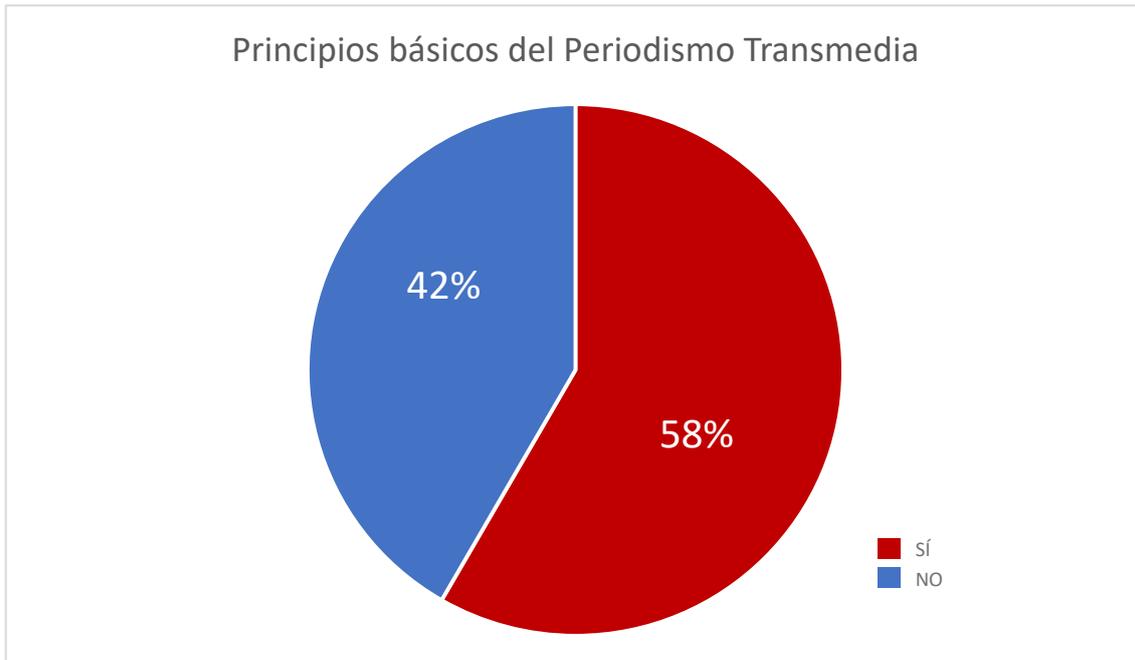
Gráfico 2. Características con menor frecuencia de aparición en las Muestras M1-M6



- Principios básicos del Periodismo Transmedia
- Rasgos básicos de la Información Digital
- Porcentaje correspondiente M1-M3 (España)
- Porcentaje correspondiente M4-M6 (Latinoamérica)

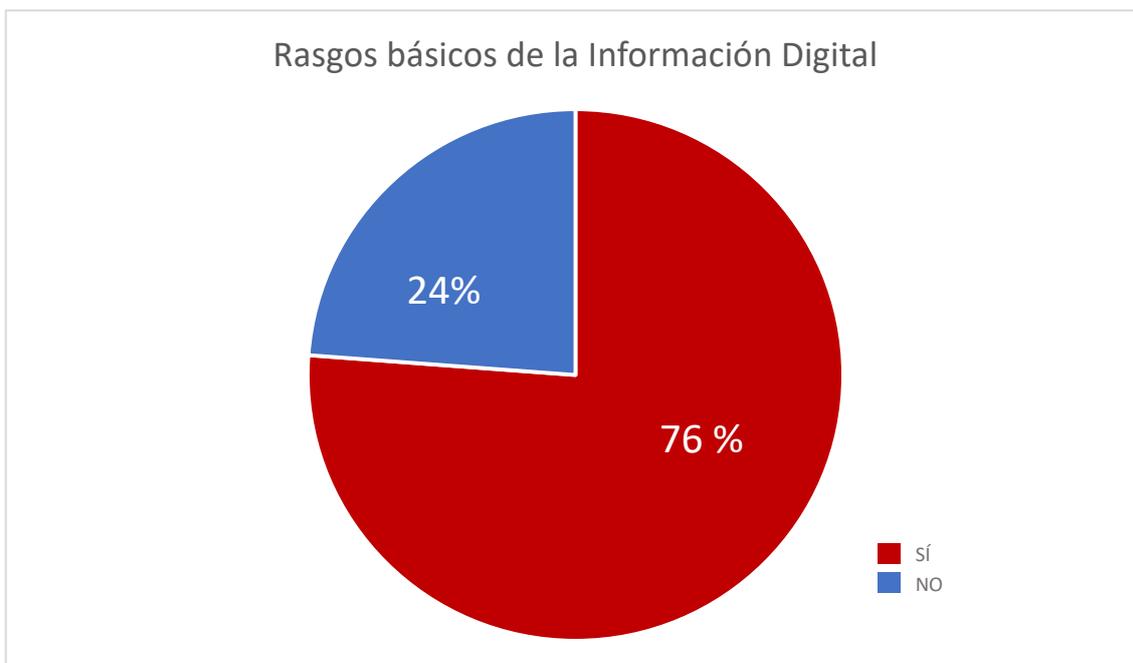
(Elaboración propia)

Gráfico 3. *Porcentaje de aparición de los Principios básicos del Periodismo Transmedia en M1-M6*



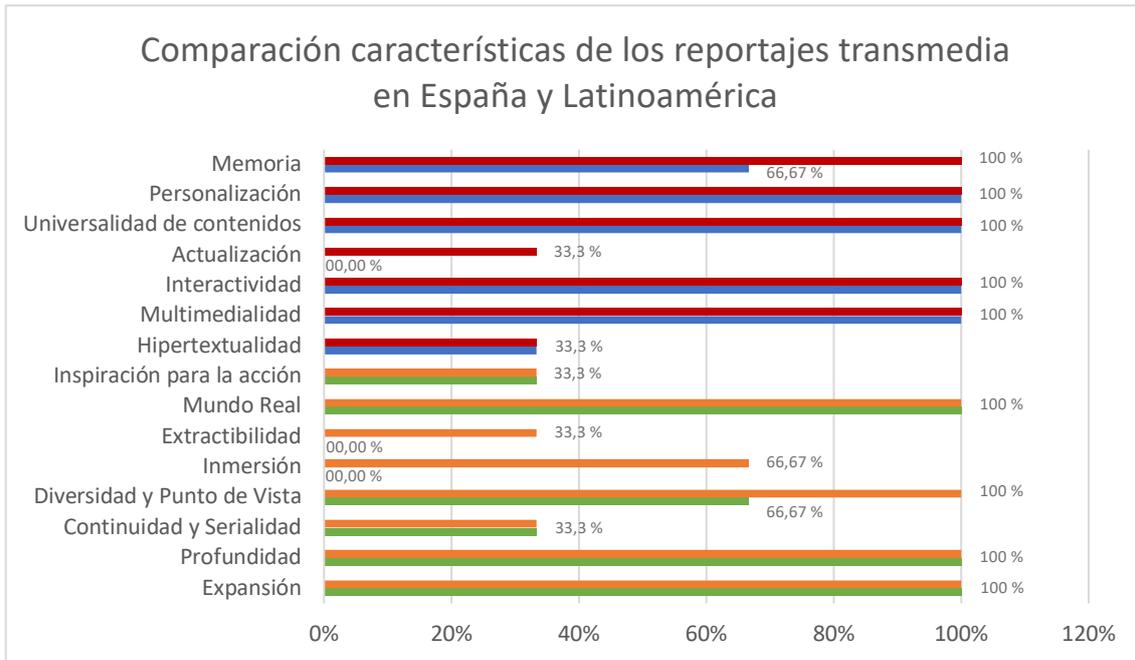
(Elaboración propia)

Gráfico 4. *Porcentaje de aparición de los Rasgos básicos de la Información Digital en M1-M6*



(Elaboración propia)

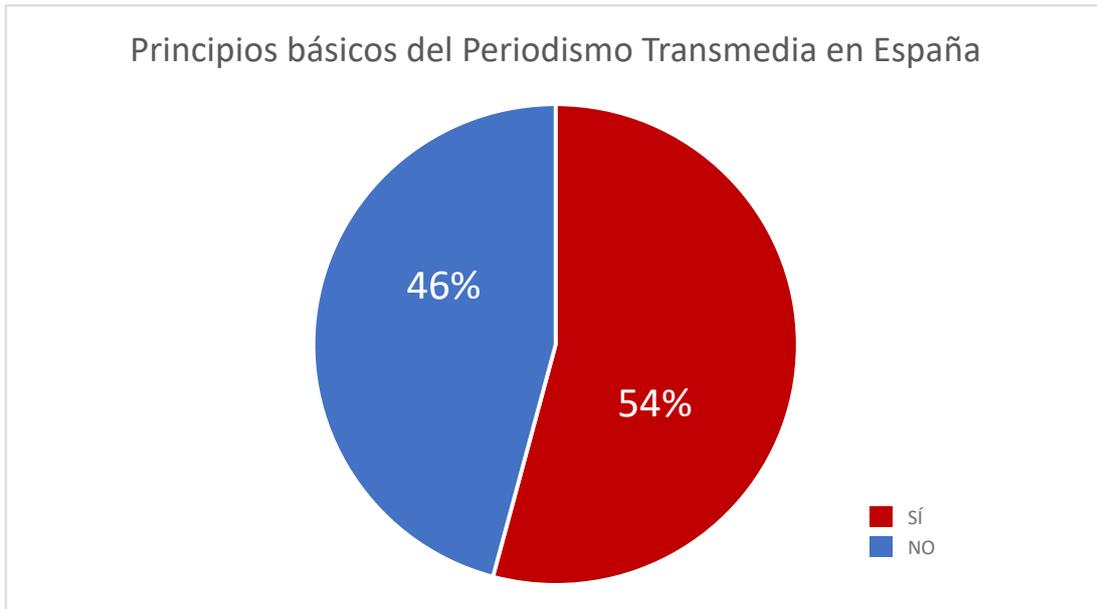
Gráfico 5. Comparación de las características de los reportajes transmedia en España y Latinoamérica



- Rasgos básicos de la Información Digital correspondientes a M1-M3 (España)
- Rasgos básicos de la Información Digital correspondientes a M4-M6 (Latinoamérica)
- Principios básicos del Periodismo Transmedia correspondientes a M1-M3 (España)
- Principios básicos del Periodismo Transmedia correspondientes a M4-M6 (Latinoamérica)

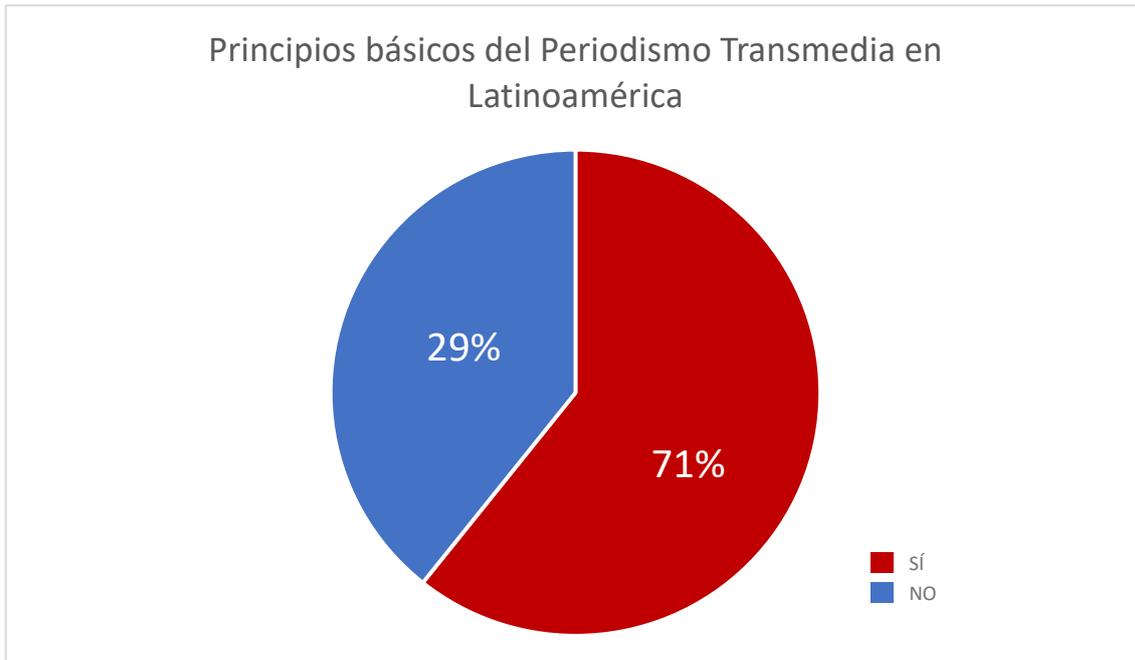
(Elaboración propia)

Gráfico 6. *Porcentaje de aparición de los Principios básicos del Periodismo Transmedia en España*



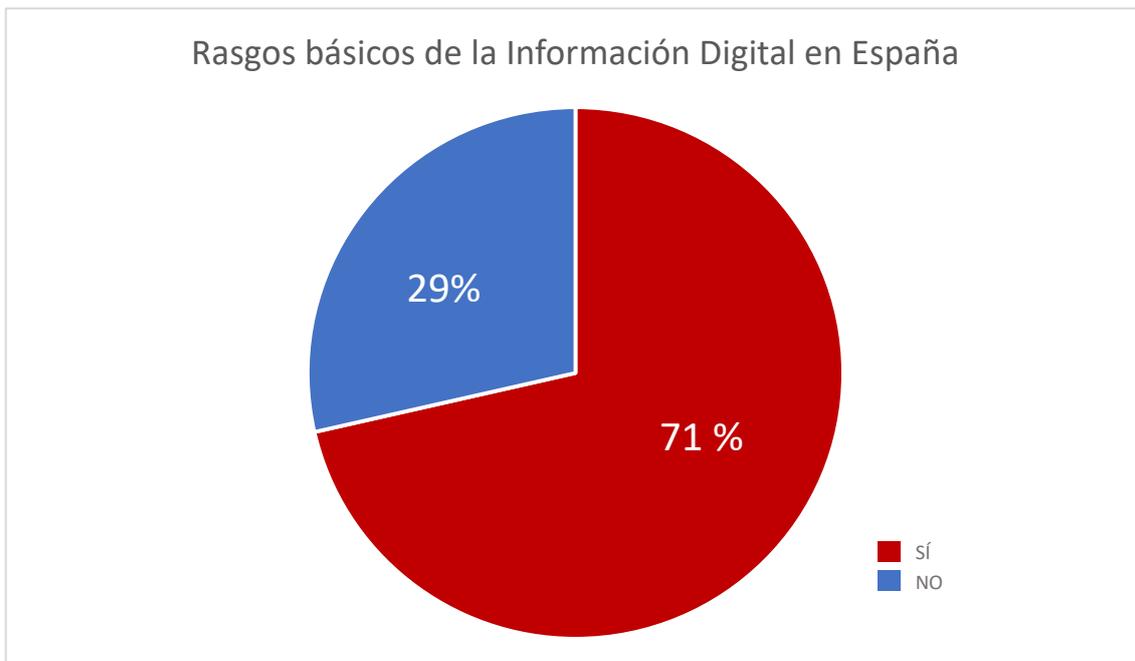
(Elaboración propia)

Gráfico 7. *Porcentaje de aparición de los Principios básicos del Periodismo Transmedia en Latinoamérica*



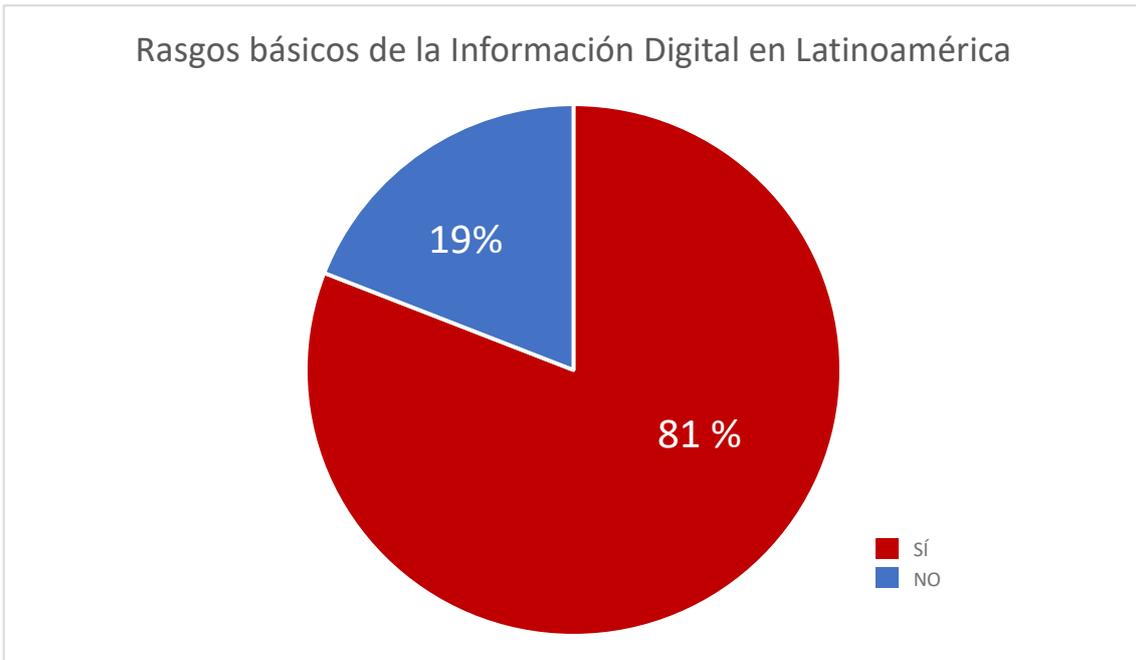
(Elaboración propia)

Gráfico 8. *Porcentaje de aparición de los Rasgos básicos de la Información Digital en España*



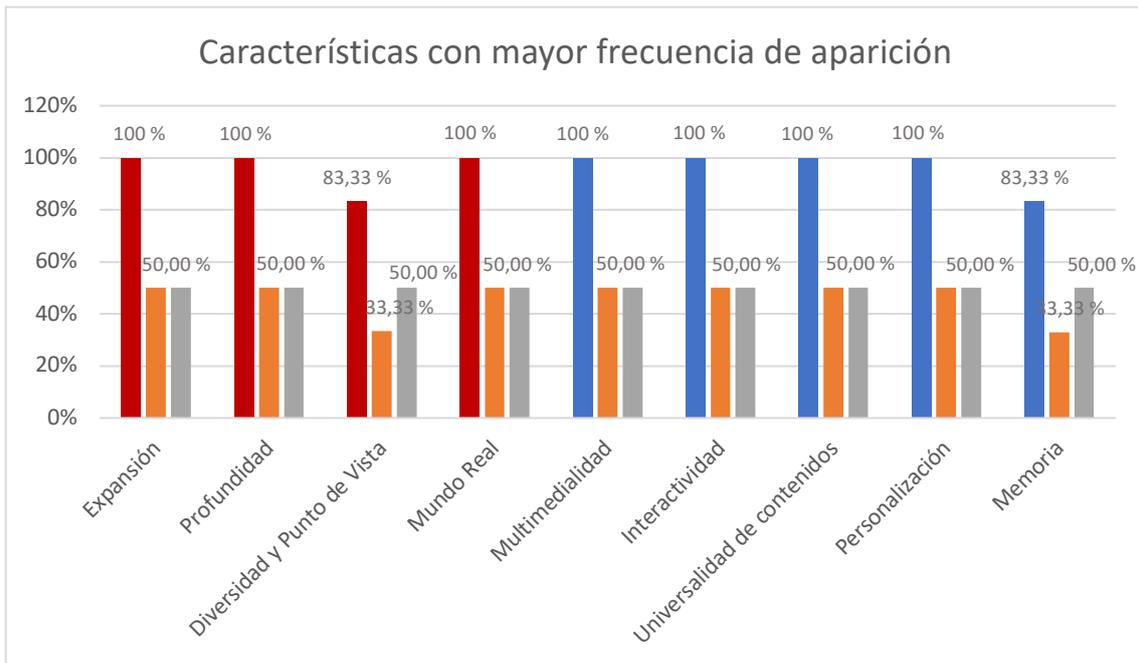
(Elaboración propia)

Gráfico 9. *Porcentaje de aparición de los Rasgos básicos de la Información Digital en Latinoamérica*



(Elaboración propia)

Gráfico 10. Características con mayor frecuencia de aparición en las Muestras M1-M6



- Principios básicos del Periodismo Transmedia
- Rasgos básicos de la Información Digital
- Porcentaje correspondiente M1-M3 (España)
- Porcentaje correspondiente M4-M6 (Latinoamérica)

(Elaboración propia)

Gráfico 11. Frecuencia de aparición de las características de los reportajes transmedia en España en M1-M3

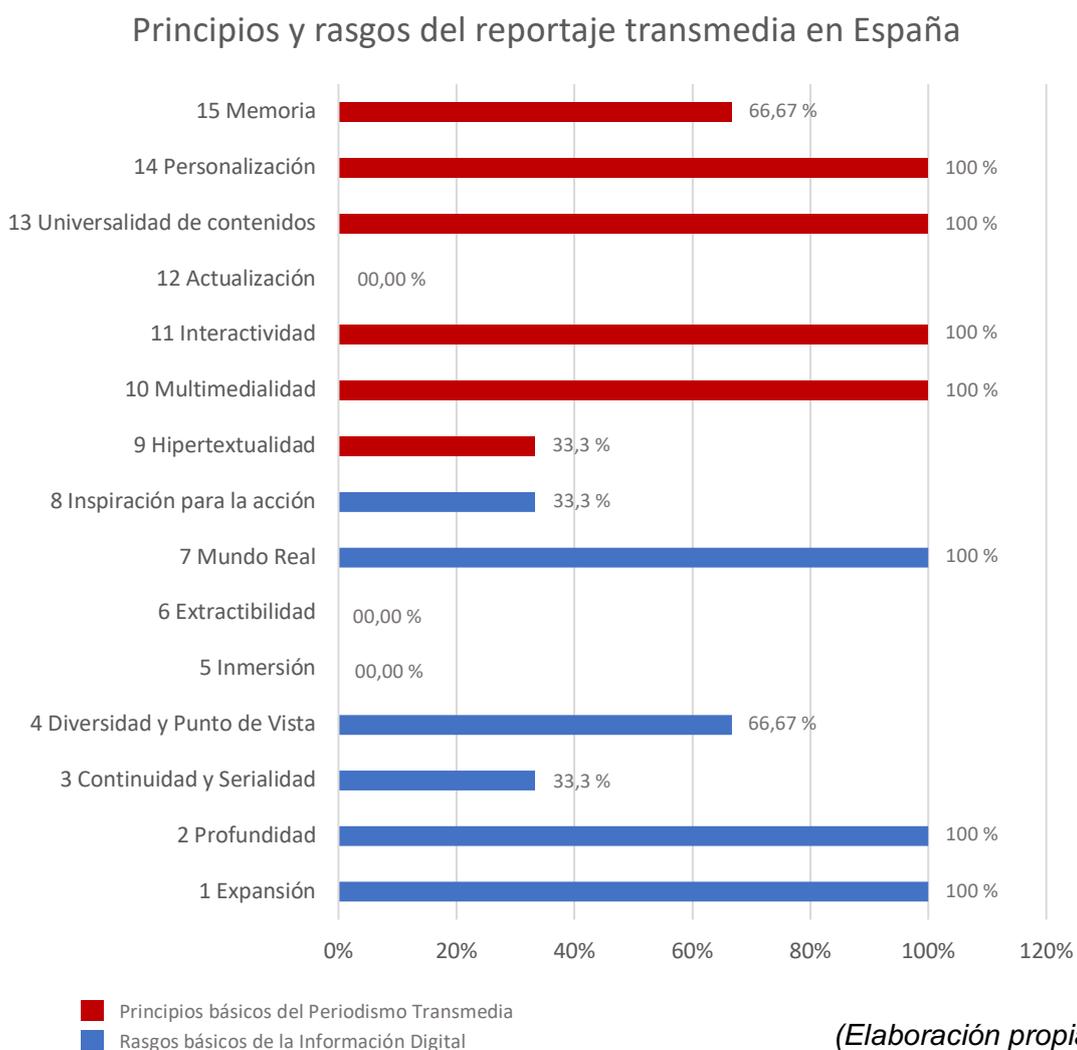
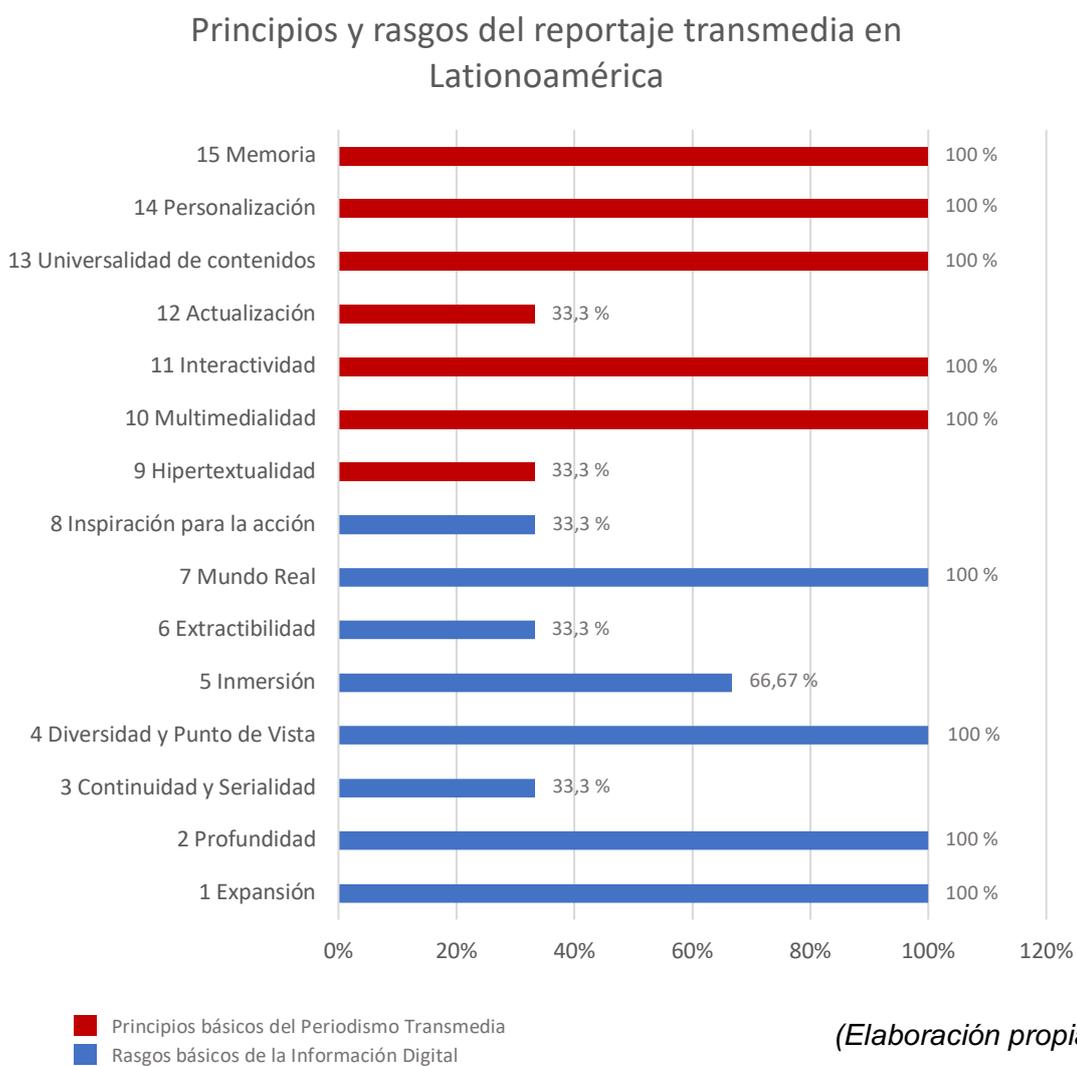


Gráfico 12. Frecuencia de aparición de las características de los reportajes transmedia en Latinoamérica en M4-M6



FACULTY OF HUMAN AND SOCIAL SCIENCES

JOURNALISM DEGREE

PE0932 – FINAL DEGREE PROJECT

LINE A: INTRODUCTION TO RESEARCH

The Transmedia Storytelling in the information: characteristics of the journalistic reporting

Presented by:

Alicia Amela García

al313634@uji.es

20923080 A

Course 2017/2018

Tutored by:

Andreu Casero Ripollés

CASTELLÓN DE LA PLANA. MAY 2018.

EXECUTIVE SUMMARY

INTRODUCTION

Nowadays, the advanced technological development of digitalisation and the changes in the production, distribution and contents consumption processes, have transformed the traditional communicative processes. This fact has also entailed a transformation of the journalistic sector and its genres, which have had to evolve to adapt to a 2.0 context, as is the case of the journalistic reporting.

These changes have also produced that the classic narratives have taken a step forward to create new transmedia narratives, a phenomenon that consists in a story model where a story is told through different media and platforms offering each one a unique content and independent but consumed as a whole they create a narrative universe.

The objective of this study is to know what transmedia storytelling is and its application in journalism and in the reporting genre, to establish what are the features of the transmedia reporting and how it is constructed, as well as to observe if an imitable creation pattern is established between the pieces produced in Spain and in South America.

To accomplish this, a quantitative analysis will be carried out based on a dichotomous questionnaire to determine the frequency of appearance of digital information features by Caminos, Marín and Armentia (2006) and Díaz Noci (2014) and Moloney's transmedia journalism (2011) in six samples previously selected. Once the data has been obtained, the most important results will be presented below to determine how transmedia journalistic reports are constructed.

METHODOLOGICAL DESIGN

The procedure carried out for the quantitative content analysis of the selected samples has been the realization of a dichotomous questionnaire (YES/NO) where the data can be extracted of whether or not the selected reportings meet the characteristics set out in this document, which should appear in all transmedia journalism and digital journalism: the basic principles of Transmedia Journalism (expansion, drillability, continuity and seriality, diversity and points of view,

immersion, extractability, real world and inspiration for action) and the basic features of digital information (hypertextuality, multimedia, interactivity, updating, universality of content, personalization and memory).

In the present study it has been analysed six transmedia journalistic reportings created between 2010 and 2015, three of them have been extracted from Spanish media and the following three from South American media. It has been investigated about the compliance or not of the features raised in the document with the purpose of establishing if all the characteristics are repeated in the six samples and in how they do it.

The reports selected and studied in the analysis are the following:

Table 1. Selection of samples of transmedia reportings produced between 2010 and 2015 in Spain and Latin America

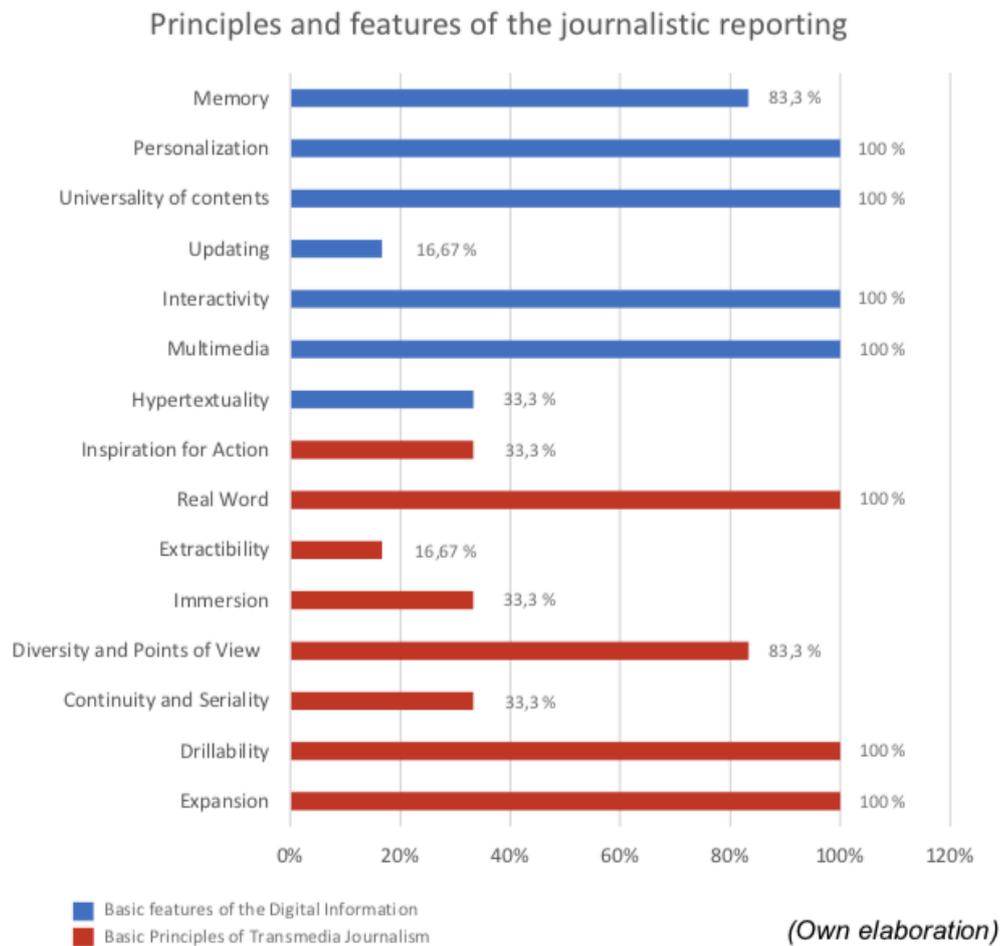
COUNTRY	SAMPLE	PROJECT	YEAR OF CREATION	MEDIA	TOPIC
SPAIN	M1	<i>Vivir en negro</i>	2014	<i>El Mundo</i>	Submerged economy in Spain
	M2	<i>Vidas en movimiento</i>	2015	<i>Cadena COPE</i>	Personal overcoming stories
	M3	<i>Historias de la crisis</i>	2014	<i>Diario.es</i>	Testimonies social consequences
SOUTH AMERICA (COLOMBIA, CHILE AND BRASIL)	M4	<i>La hoja sagrada</i>	2010	<i>El País Colombia</i>	Medicinal use of coca
	M5	<i>Los casos de La Vicaria</i>	2014	<i>CIP of UDP Chile</i>	Violation of human rights
	M6	<i>A Bathala de Belo Monte</i>	2013	<i>Folha de Sao Paulo</i>	Hydraulic dam construction

(Own elaboration)

RESULTS

The following graph shows the results obtained generically as a consequence of the quantitative analysis of the content.

Graph 1. *Frequency of appearance of the characteristics of the transmedia reportings in the six samples*



The most significant fact is that there are seven characteristics present in all the pieces analysed, which establishes that they are part of a creation pattern. Four of them correspond to features of digital information (Personalization, Universality of contents, Interactivity and Multimedia) and the remaining three at the Principles of transmedia journalism (Real World, Drillability and Expansion).

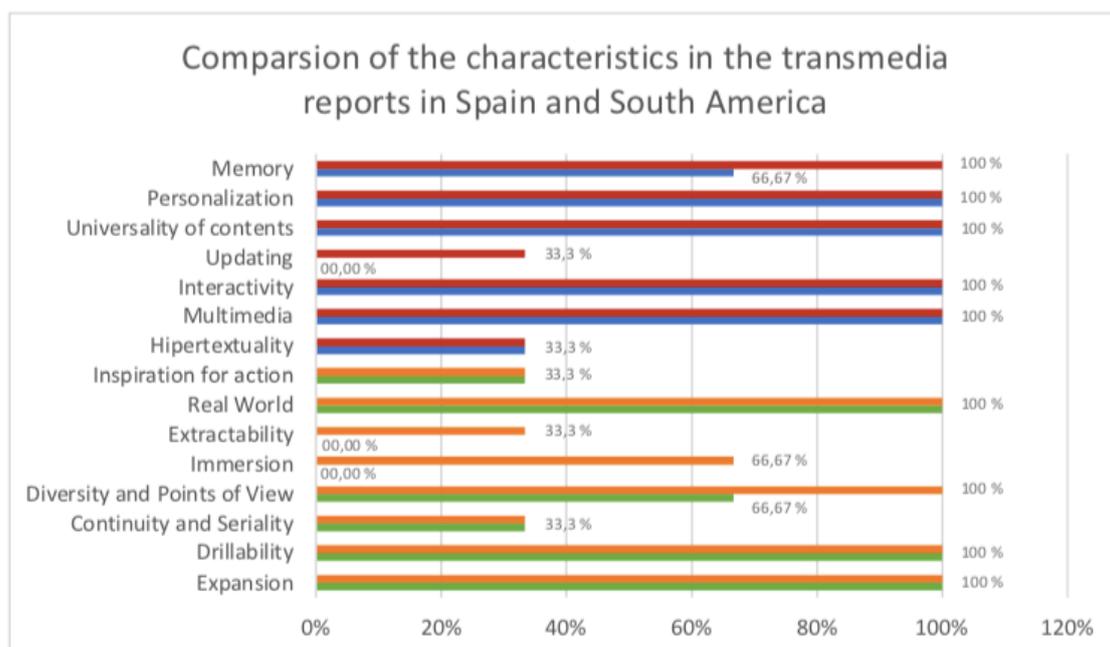
On the other hand, there are two characteristics of the 15 analysed at 83.33% which means that they have been appeared in five of the six reports studied. These qualities correspond to Memory and Diversity and Point of view, one feature of digital information and a principle of transmedia journalism.

However, it is also observed that there are a series of features / principles that occur with very little frequency of appearance, giving percentages of 16.67% and 33.33% since they appear between one and two times in the six samples: Hypertextuality, Inspiration for action, Immersion, Continuity and Seriality, Update and Extractability.

The frequency of appearance of these characteristics occurs in a very abundant or very scarce way. That is, a quality appears in all the samples (6/6) or almost all (5/6), or on the contrary, it hardly has presence, since it appears in one or two samples of the six analysed (1/6) and (2/6). The most significant fact is that all the percentages are very similar, although there are qualities that are observed in a more or less periodic way in the samples, the indices are very similar for each country.

Therefore, a recurrence pattern is established in the appearance of the qualities that differentiate those that are repeated more than those that do so to a lesser extent, as can be seen in the graph below:

Graph 2. Comparison of the characteristics of transmedia reports in Spain and Latin America



- Basic features of the Digital Information corresponding to M1-M3 (Spain)
- Basic features of the Digital Information corresponding to M4-M6 (South America)
- Basic Principles of Transmedia Journalism corresponding to M1-M3 (Spain)
- Basic Principles of Transmedia Journalism corresponding to M4-M6 (South America)

(Own Elaboration)

It is observed that some differences appear in the comparison of the characteristics by countries. Spain is in the background in terms of percentages of frequency of appearance of the principles and features, since it is behind the countries of South American origin where such repetition is greater. The differences fall in 17% less appearance of the principles in Spain with respect to Latin America, and in a 10% less regarding the features also in Spain with respect to Latin America.

Likewise, it is considered significant to point out that the Basic Principles of Transmedia Journalism established by Moloney (2011) are repeated to a lesser extent than the basic features of Digital Information, because according to the quantitative analysis carried out in this study, many of its qualities do not appear, or they appear with very little frequency in the analysed samples, having more impact in the Latin American ones in front of the Spanish pieces.

CONCLUSIONS

In the first place, it is necessary to emphasize that the characteristics of the transmedia report correspond to Expansion, Drillability, Real World, Multimedia, Interactivity, Universality and Personalization, not to the 15 qualities proposed in the document. In addition, it is concluded in the present study that the Spanish and Latin American transmedia journalistic reports go hand in hand with regard to frequency of appearance of the traits studied, although Spain always ranks second, so a similar pattern is established, which not identical, of creation.

In the same way, the most significant fact regarding the differences in the two areas lies in the conclusion that the Latin American reports are more developed than the Spanish ones. The frequency of appearance of the basic principles of transmedia journalism and the basic features of digital information is significantly higher in Colombia, Chile and Brazil than in Spain; in addition to that the pieces coming from South America are much more complete, as much by contents as by number of platforms of expansion of the history, number sources, etc.

Unlike what was established by Moloney (2011), the qualities that should appear in a transmedia report are not the basic principles of Transmedia Journalism that the writer posed years ago, but these have been reformulated and adapted to the

demands of the audience, thus leaving some of these qualities out of the traits with greater frequency of appearance.

In this sense, some principles of transmedia journalism have been developed more than others, which has concluded in the falsification of the theory presented by Moloney where it was established that each transmedia journalistic reporting, by virtue of being so, should comprise a specific series of qualities.

The methodology used in this study has led to a series of limitations that have not stopped analysing the presence of the features in a more accentuated way, that is, each and every one of the pieces has been analysed exhaustively but the data of the table have not allowed the depth of the results. Due to this type of analysis the answers have been limited to establish if a quality was repeated frequently or not, leaving aside the possible causes or consequences of this fact.

For a greater analysis of why the features appear in one way or another and see if there is a pattern that establishes this, future investigations could be made where the analysis would be more extensive, and the response would not be limited in a closed manner (YES/NO), being able to participate in the results a greater number of information.