

Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

A Paíno-Ambrosio, M I Rodríguez-Fidalgo (2019): “Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360°”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1132 a 1153.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1375/58es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2019-1375](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1375)

Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360°

A proposal for the classification of immersive journalism genres based on the use of virtual reality and 360° video

Adriana Paíno-Ambrosio [\[CV\]](#)   Doctora - Universidad de Salamanca, USAL, España - adriana.paino@usal.es

María-Isabel Rodríguez-Fidalgo [\[CV\]](#)   Profesora Contratada Doctor - Universidad de Salamanca, USAL, España - mrfidalgo@usal.es

Abstracts

[ES] Introducción: El empleo de la tecnología de la RV y el vídeo en 360° dentro del ámbito periodístico ha abierto nuevos objetos de estudio y líneas de análisis. Es el caso de la investigación que aquí se propone, la cual aborda distintas cuestiones relacionadas con la elaboración de las piezas que podrían enmarcarse dentro del denominado periodismo inmersivo y cómo éstas se reformulan con respecto a las elaboradas bajo el periodismo tradicional. Metodología: Concretamente se analizan 2.178 piezas realizadas por medios de comunicación nacionales e internacionales, entre el 2012 y 2017. Resultados y conclusiones: Dicho análisis ha permitido avanzar una novedosa propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” no abordada hasta el momento, que en este caso ha sido realizada a partir del análisis de los elementos narrativos y de la función que cumplen éstos dentro de una pieza informativa inmersiva.

[EN] **Introduction:** The use of virtual reality and 360-degree video technologies in the field of journalism has led to the emergence of new lines of research, like the one addressed in this article.

Objectives: This study focuses on the exploration of the different issues related to the production of pieces of the so-called immersive journalism and examines how the narrative elements of traditional journalism are reformulated in these immersive pieces. **Methods:** The study is based on the analysis of 2,178 pieces of immersive journalism produced by Spanish and international media companies, between 2012 and 2017. **Results and conclusions:** This analysis has allowed us to develop an innovative proposal for the classification of immersive journalism genres, which has not been done before. This typology is based on the analysis of the reformulation of the narrative elements of news storytelling within immersive journalism.

Keywords

[ES] periodismo inmersivo; realidad virtual; vídeo 360°; géneros; inmersión; géneros inmersivos.

[EN] Immersive journalism; virtual reality; 360-degree video; genres; immersion; immersive genres.

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Apartado metodológico. 3.1. Hipótesis de investigación. 3.2. Objetivos de investigación. 3. Metodología. 4. Análisis de datos y resultados. 4.1. Piezas periodísticas informativas realizadas en RV o vídeo en 360° entre 2012 y 2017. 4.2. Los elementos narrativos ante la realidad virtual y sus principales innovaciones. 4.3. Función de los elementos narrativos en las “piezas periodísticas inmersivas”. 4.4. Propuesta de clasificación de los géneros periodísticos inmersivos. 4.5. Clasificación de la muestra en géneros periodísticos inmersivos. 5. Conclusiones. 6. Referencias.

[EN] 1. Introduction. 2. Theoretical framework. 3. Methods. 3.1. Research hypothesis. 3.2. Research objectives. 3.3. Data collection and analysis. 4. Results. 4.1. Journalism content created with VR and 360-degree video technologies (2012-2017). 4.2. Narrative elements in the face of VR and its main innovations. 4.3. Roles played by narrative elements in immersive journalism pieces. 4.4. Proposal for the classification of immersive journalism genres. 4.5. Classification of the sample into immersive journalism genres. 5. Conclusions. 6. References.

Traducción de **CA Martínez-Arcos**
(PhD, Universidad de Londres)

1. Introducción

Aunque los orígenes de la Realidad Virtual (en adelante RV) desde el punto de vista tecnológico pueden remontarse en el tiempo más de medio siglo, lo cierto es que su verdadero desarrollo no se producirá hasta hace apenas unos años, con el auge de los dispositivos de visualización comerciales y los avances recientes en relación a la captura de vídeo en 360°, que han contribuido a su llegada al público no especializado. Un proceso evolutivo que se ha producido de manera paralela a la entrada de los medios de comunicación en el escenario digital. Internet ha transformado los mecanismos de producción y acceso a los contenidos, y ha iniciado una era marcada por la convergencia, en la que la diversidad y multiplicidad de pantallas desde las que el público puede consumir la información hace que ahora los medios de comunicación necesiten reinventarse y buscar nuevas fórmulas que les permitan sobrevivir en el actual panorama comunicacional.

Dentro de este contexto de cambio la aparición del denominado periodismo inmersivo es muy reciente, y precisamente su aparición está fuertemente vinculada a la entrada de esta tecnología en la senda de la adopción generalizada y su llegada al público no especializado, algo a lo que ha contribuido en buena medida el abaratamiento de la misma. Los primeros proyectos periodísticos de este tipo comienzan a aparecer tímidamente a partir del año 2014 (a excepción de algunos ejemplos experimentales previos que se analizarán también en este estudio) abriendo un nuevo camino de posibilidades a la profesión periodística al ofrecer al público la posibilidad de sumergirse en el relato aprovechando las características de la nueva tecnología.

Estas cuestiones vienen a reflejar el interés que despierta el periodismo inmersivo, tanto por parte de los profesionales de la comunicación como por parte de investigadores y académicos. Ahora bien, la novedad que aporta esta investigación tiene que ver, más que con el propio objeto de estudio, con la

forma en la que se aborda el análisis del mismo. En este caso se parte del periodismo tradicional para indagar cómo el periodismo en realidad virtual reformula los elementos que componen la información periodística (periodista, fuentes, mensaje, recursos, montaje, receptor...) y las funciones que cumplen cada uno de ellos; en la medida en que, mientras que en una noticia clásica –lineal– el enfoque viene dado por el periodista que adopta la parte de la realidad que quiere contar (punto de vista dirigido, contenido en tercera persona y consumo pasivo del receptor), la RV hace que el receptor sea el que adopte el punto de vista que antes correspondía al profesional de la información, al pasar a ser “testigo” de los hechos de los que se le informa.

Partiendo de estas premisas, y tras el análisis de más de 2.000 piezas inmersivas, esta investigación va a proponer una novedosa clasificación de lo que se ha denominado como “géneros informativos inmersivos”, enfoque que hasta ahora no ha sido abordado desde los estudios sobre periodismo inmersivo.

2. Estado de la cuestión

En los últimos años ha podido observarse un interés creciente en relación a las posibilidades derivadas del empleo de la RV y del vídeo en 360° en la creación de contenidos periodísticos, que está abriendo el campo de estudio a lo que se ha empezado a denominar como “periodismo inmersivo”. Aunque ya en la última década del siglo XX y en la primera del siglo XXI vieron la luz distintas aportaciones que analizaban las posibles aplicaciones de esta nueva tecnología al ámbito de la comunicación -véase Biocca y Levy (1995), De la Peña (2011) o De la Peña et al. (2010)-, es realmente a partir del año 2015 y, especialmente, entre 2016 y 2017, cuando se produce un auge en el estudio de esta nueva fórmula orientada a conseguir el máximo grado de inmersión del usuario en las narrativas de no ficción.

Este “boom” en el estudio del periodismo inmersivo puede relacionarse con la aparición, en este periodo de tiempo, de piezas creadas en base a esta tecnología por medios de comunicación de todo el mundo que van a constituir el objeto de estudio de muchos de estos artículos científicos; véase, por ejemplo, Aronson-Rath, Milward, Owen y Pitt (2015), Baía (2016), Benítez (2016), Benítez y Herrera (2017), Bohrer (2016), Costa (2017), Costa y Brasil (2017), Costa y Cordeiro (2016), De la Peña (2014), Domínguez (2017), Doyle, Gelman y Gill (2016), Fagundes y Guizzo (2017), Gonçalves (2017), Guizzo (2016), Hardee (2016), Hijazi y Cuillier (2017), Jones (2017), Kishore, Navarro, Domínguez, De la Peña y Slater (2016), Kool (2016), López (2016), López y Fernández (2016), Pérez (2015; 2016; 2017), Pérez y Campos (2016a, 2016b, 2017), Pérez-Seijo y López-García (2017), Robson y Costa (2016), Rubio y Gértrudix (2016), Shin y Biocca (2017), Sidorenko, Cantero y Herranz (2017), Singh (2015), Sirkkunen, Vääätäjä, Uskali y Rezaei (2016), Slater y Sánchez-Vives (2016), Uskali, Vääätäjä y Sirkkunen (2017), Vázquez-Herrero y López-García (2017) o Witt, Kperogi, Writer, Bohrer y Negash (2016), entre otros. Incluso cabe destacar la aparición de guías, como la de la agencia de noticias Associated Press, “A guide for journalist in a world of immersive 3-D content” (2017), orientada a los profesionales de la información que quieran trabajar con la realidad virtual.

Ahora bien, a la hora de explicar qué es el periodismo inmersivo, la definición comúnmente aceptada por parte de los investigadores es la realizada por Nonny de la Peña, pionera en esta materia, quien utiliza este término para referirse a “la producción de noticias en una forma que permite a las personas obtener experiencias en primera persona sobre eventos o situaciones descritas en las historias periodísticas” (de la Peña et al. 2010: 291). De esta manera se genera una sensación de presencia por la que el usuario se sumerge en un escenario diferente al de su ubicación real, donde puede testigo de un determinado hecho informativo, y sentir que “está verdaderamente allí” (Aronson-Rath et al., 2015; Biocca y Levi, 1995; De la Peña *et al.* 2010). Esta presencia se consigue a través de diferentes sistemas

de inmersión (Cave o HMD) y de la creación de mundos virtuales, lo que se denominarían recreaciones tridimensionales; pero también de las grabaciones en 360°, que serán las producciones más frecuentes en el sector de la comunicación, dado su menor coste económico y de tiempos de producción (Pérez y Campos, 2017: 102).

El componente tecnológico sirve a De la Peña *et al.* (2010) para diferenciar entre un tipo de periodismo inmersivo de bajo nivel (o periodismo interactivo) y un periodismo inmersivo de alto nivel, como exponen estos autores:

We have distinguished between what might be called interactive journalism or low level immersive journalism, which supplies information in novel forms such as computer games, online communities such as Second Life, and which can give people some level of experience of a situation as well as providing a means to navigate through the vast amount of digital information that may be available on a particular topic. By deep immersive journalism, on the contrary, we mean transferring people's sensation of place to a space where a credible action is taking place that they perceive as really happening, and where, most importantly, it is their very body involved in this action. (De la Peña *et al.*, 2010: 299)

Dentro del denominado periodismo inmersivo de bajo nivel aparecerían contemplados otros formatos como los newsgames o documentales interactivos como una forma de exploración en las narrativas inmersivas. En dichos formatos interactivos existe una cuarta pared que va a actuar como barrera, por lo tanto, en este sentido no se puede considerar que exista una verdadera inmersión del usuario (vinculada al concepto de presencia) sino que ésta se da en términos de participación e interacción. En el caso de la realidad virtual el concepto de la inmersión sí se encuentra unido al de “presencia” en tanto en cuanto proporciona una experiencia en primera persona de los hechos informativos que son narrados. Como recoge Domínguez (2013: 94):

El periodismo inmersivo se expresa en todo su potencial con tecnologías y equipos de realidad virtual e inmersiva, que permiten la experimentación no solo visual sino también sensorial de un entorno sintético tridimensional. El desarrollo de tecnologías que eliminan sensorialmente la frontera física es el terreno de exploración más fértil para la experimentación de esta idea del periodismo inmersivo, pues permite plantear nuevas formas comunicativas.

En este trabajo de investigación se ha optado por reducir la utilización del concepto de periodismo inmersivo a aquel realizado en base a la tecnología RV, ya sea mediante recreaciones tridimensionales o grabaciones en 360° que impliquen una visualización mediante gafas (Head-Mounted Display o HMD) o de un sistema como CAVE (Cruz-Neira *et al.* 1992); lo que De la Peña *et al.* (2010) denominan periodismo inmersivo de alto nivel y que provocan lo que estos autores llaman “Response as if real” (RAIR), es decir “respuesta como si fuera real”. Un periodismo, por tanto, encarnado, de manera que el usuario se encuentra envuelto en otra realidad (la del hecho noticioso) que se apodera de su atención y de la que se siente parte, lo que le lleva a reaccionar dentro de ese entorno virtual como lo haría ante el mundo físico; cuestión que remite, de nuevo, al ya mencionado concepto de presencia que posibilita una amplificación de la retroalimentación multisensorial con el usuario (Hardee, 2016; Zahoric y Jeninson, 1998). Esta será la principal diferencia con respecto a los medios interactivos.

3. Apartado metodológico

El estudio que aquí se presenta se ha articulado en función de las siguientes cuestiones metodológicas:

3.1. Hipótesis de investigación

La hipótesis que se pretende demostrar en esta investigación es:

1. Si las piezas periodísticas realizadas en RV o en vídeo en 360° (periodismo inmersivo) contribuyen o no a la creación de una nueva clasificación de géneros periodísticos que podría denominarse como “géneros periodísticos inmersivos”.

3.2. Objetivos de investigación

Para abordar esta hipótesis se establecen los siguientes objetivos de investigación:

1. Identificar las piezas periodísticas informativas realizadas en RV o vídeo en 360° por medios de comunicación entre 2012 y 2017, que serán denominadas como “piezas periodísticas inmersivas”.
2. Identificar los elementos narrativos que participan en el proceso comunicativo en las piezas objeto de estudio, así como las posibles innovaciones que introducen.
3. Determinar las funciones que cumplen dichos elementos.
4. Clasificar la muestra en una propuesta de “géneros periodísticos inmersivos”.

3.3. Metodología

Para abordar el citado objeto de estudio se ha llevado a cabo un análisis de contenido cualitativo-cuantitativo de las piezas periodísticas informativas que han sido realizadas en RV o vídeo en 360° por medios de comunicación, entre 2012 y 2017.

Para la realización de la citada investigación se ha elaborado una ficha de análisis que contempla una serie de variables relacionadas con el tratamiento informativo de las piezas, como son: la temática abordada, la presencia del periodista, la presencia de las fuentes, la exposición de los hechos y el punto de vista desde el que el usuario visualiza la pieza. La elección de estas variables y no otras responde al interés investigador de identificar las innovaciones que entraña la utilización de la tecnología de la RV y vídeo en 360° a la hora de contar la realidad. Para ello se tendrá como referencia lo que se ha venido haciendo hasta ahora en el periodismo tradicional y por consiguiente en los tradicionales géneros periodísticos.

El periodo de análisis ha estado comprendido entre el 15 de enero y el 30 marzo de 2018, durante un total de 11 semanas, de modo que se pudiera recoger el conjunto de piezas desarrolladas hasta diciembre de 2017. Para el procesamiento de los datos obtenidos se ha utilizado el software de análisis estadístico SPSS. Asimismo, para comprobar la fiabilidad intercodificadores se seleccionó al azar 300 piezas periodísticas inmersivas, correspondiente al 15 % de la muestra, que volvieron a ser codificadas por un segundo investigador. De ellas se obtuvo una nueva matriz de datos compuesta por los datos obtenidos en la primera matriz, en relación a dichas piezas junto con los datos obtenidos del segundo analista. En este caso con la utilización del programa SPSS se procedió a calcular el coeficiente Kappa de Cohen. Los resultados muestran que todas las variables van a tener un valor superior a 0,9, lo que indica un grado de acuerdo casi perfecto (Landis & Koch, 1977).

4. Análisis de datos y resultados

4.1. Piezas periodísticas informativas realizadas en RV o vídeo en 360° entre 2012 y 2017

Para poder identificar las piezas objeto de estudio se han concretado tres criterios:

1. La pieza debe utilizar la tecnología de la realidad virtual y/o el vídeo en 360° y permitir su visualización mediante gafas RV.
2. La pieza debe ser de tipo periodístico y estar realizada por un medio de comunicación o bien haber sido catalogada como “informativa”.
3. La pieza debe haber sido realizada entre 2012 y 2017.

En relación al primer criterio se ha establecido que la pieza debe utilizar la tecnología de la realidad virtual y/o el vídeo en 360° y permitir su visualización mediante gafas RV, ya sean acopladas a un dispositivo móvil (como Google Cardboard o Samsung Gear VR), para ordenador o consola (como Oculus Rift, HTC o PlayStation VR) o ‘todo en uno’; descartando por tanto aquellas piezas que pese a estar grabadas en 360° no ofrecen esta posibilidad.

Teniendo en cuenta este primer criterio de selección, la búsqueda se limitó a:

1. Las principales plataformas de contenidos para dispositivos móviles, iOS y Android: Apple Store y Google Play/Daydream.
2. Las principales plataformas de descarga de contenidos en RV: Oculus Store (para Oculus Rift y Gear VR), Samsung VR (para Gear VR), VIVEPORT (para HTC Vive) y PS Store (para PlayStation VR); a las que se añadió la plataforma de distribución digital Steam VR, gestionada por Valve Corporation (también desarrollador de las gafas HTC Vive), por tratarse de una compañía de referencia en el sector y desde la cual se pueden descargar contenidos para HTC Vive, Oculus Rift y/o Windows Mixed Reality).

No se han contemplado en el análisis, por tanto, aquellas piezas que pese a haber sido grabadas en 360° no dispongan de una aplicación propia que permita su visualización con gafas RV o se encuentren albergadas dentro de un store de realidad virtual. Conviene recordar que con esta investigación se pretende conocer qué medios están realmente apostando por la inmersión del espectador en la historia (en términos de presencia) y, por tanto, han desarrollado un contenido específico para este soporte que elimina la barrera de la cuarta pared; bien creando su propia app o poniéndola a disposición del usuario en las plataformas de las principales compañías de RV disponibles en la actualidad.

En relación al segundo criterio, las piezas objeto de análisis deben ser de tipo periodístico. En este sentido, en el momento de realizar la búsqueda en las plataformas anteriormente mencionadas se procedió a filtrar los contenidos por categoría. Esta selección de contenidos será diferente en cada plataforma. En el caso de Samsung VR, por ejemplo, aparece directamente una categoría específica de “noticias y documentales”, mientras que en tienda de Oculus se denomina “documentales e historia”. En ViveporT ha sido necesario realizar la búsqueda en tres secciones diferentes: “noticias”, “documentales” y “vídeo 360”, ya que una revisión previa permitió identificar piezas informativas en estos tres apartados.

En el caso de Google Play, la plataforma introduce una categoría denominada Daydream con todos los contenidos disponibles para gafas RV donde una vez dentro se buscaron aquellos desarrollados por algún medio de comunicación; mientras que en Apple Store se realizó la búsqueda filtrando mediante la utilización de las palabras clave “RV” y “vídeo 360” y de nuevo se seleccionaron aquellas vinculadas a algún tipo de empresa de comunicación o productora especializada.

Por último, se estableció un criterio de selección cronológico. Para ello, se ha partido de la fecha en la que surge el denominado “periodismo inmersivo” en 2012, en la que se publicó la primera pieza considerada como tal en la literatura científica, hasta diciembre de 2017.

Teniendo en cuenta los tres criterios mencionados anteriormente, finalmente se ha podido identificar un total de 2.178 “piezas periodísticas inmersivas” seleccionadas a nivel mundial.

4.2. Los elementos narrativos ante la realidad virtual y sus principales innovaciones

Hoy en día la incorporación de la realidad virtual en el contexto periodístico exige una reconfiguración de las fórmulas tradicionales que se habían seguido en Periodismo (géneros periodísticos) a la hora de contar la realidad. Las principales innovaciones a este respecto se encuentran fundamentadas por dos aspectos: por una parte el componente tecnológico, que está modificando sustancialmente el modo en el que se producen las piezas periodísticas; y, por otra, los componentes narrativos que intervienen ahora en el proceso comunicativo y que van a estar intrínsecamente ligados al aspecto tecnológico (imagen en 360°, reconstrucción tridimensional, creación de avatares, etc.) y por lo tanto también se verán modificados en cierta medida. Hay que recordar que el periodismo siempre ha tratado de conectar al público con las historias periodísticas. Históricamente esta conexión se ha venido realizando a través del relato que el periodista vuelca, por ejemplo, en el caso de un conflicto bélico, en una crónica. En ella este profesional relata su propia experiencia desde el lugar de los hechos, describiendo con sus palabras aquello que sucede, ya sea en la radio o en las páginas de un periódico, lo que crea una imagen en la mente del espectador que lee o escucha la información. Con la televisión esta “imagen” es real, de manera que el televidente ya no necesita “imaginar” lo que le es contado con palabras pudiendo verlo directamente en la pantalla, que a su vez va a actuar de barrera entre el “allí” (del suceso) y el “aquí” (del receptor). Pero, el periodismo inmersivo al utilizar la RV o el vídeo en 360° permite al espectador ir más allá, traspasando la barrera del televisor (o la pantalla del ordenador) para situarse directamente en el lugar de los hechos. Es decir, como afirma Nonny de la Peña:

los principios básicos del periodismo no cambian (...) la única diferencia es la sensación de estar presente en la historia; de ser testigo de un hombre que se desmaya por el hambre o ser la víctima de un ataque con una bomba (De la Peña, 2015: min. 8’35’’- 8’50’’).

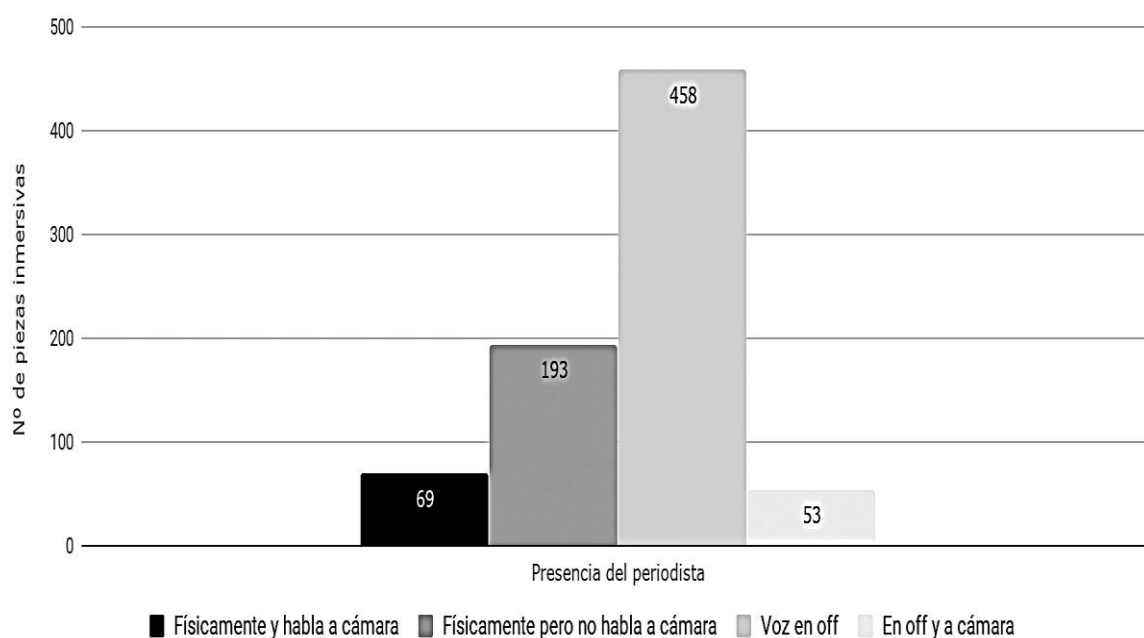
Este hecho es el detonante que introduce los cambios más sustanciales en relación a lo que se venía haciendo hasta ahora en Periodismo. Fruto de esta nueva realidad que permite hablar del nuevo periodismo inmersivo, descrita anteriormente, se pueden identificar los siguientes elementos narrativos:

1. **Temática abordada:** en relación a la temática no se van a producir cambios con respecto al periodismo tradicional. En el caso de la muestra analizada se han identificado piezas correspondientes a las 33 temáticas, tales como: pobreza y desigualdad, naturaleza, terrorismo, economía y empleo, cultura, violencia de género, educación, etc. Pero también se han identificado piezas de ficción que han sido realizadas por medios de comunicación. De todas ellas las relacionadas con deportes y motor serán las más frecuentes (269), seguidas por las de temática de turismo y viajes (211) y cultura (189); mientras que las menos repetidas serán las que abordan cuestiones relacionadas con la violencia de género (1 pieza), la muerte (2) y la identidad de género y orientación sexual (6). Los proyectos sobre naturaleza serán también muy usuales, aunque estos aparecen divididos en tres bloques (según la clasificación que establecimos en el momento de la codificación): la naturaleza desde un punto de vista general, como, por ejemplo, la flora y la fauna (145 piezas); la contaminación y la conciencia medioambiental, sobre los efectos negativos de las acciones del hombre sobre el medioambiente (58); o las catástrofes naturales y sus consecuencias para la población (56). Si bien es cierto esta tecnología de la RV y el vídeo en 360°, abre el camino para contar nuevas realidades de una forma más atractiva que como venía contando el periodismo tradicional. El más claro ejemplo de esto se puede apreciar en las historias relacionadas con las experiencias

o actividades de riesgo, puesto que el papel del espectador-usuario cambia totalmente al poder experimentarlas en primera persona.

2. Presencia del periodista: en este caso el periodista puede aparecer de cuatro formas diferentes: físicamente y hablando directamente a cámara, físicamente, pero sin dirigirse a la cámara (no aporta información), a modo de narrador (voz en *off*) o en voz en *off* y físicamente hablando a cámara, en diferentes momentos dentro de la misma pieza. Concretamente, el periodista va a aparecer en el 35,4 % del total de las piezas objeto de estudio analizadas, siguiendo la siguiente distribución (Gráfico 1):

Gráfico 1. Presencia del periodista

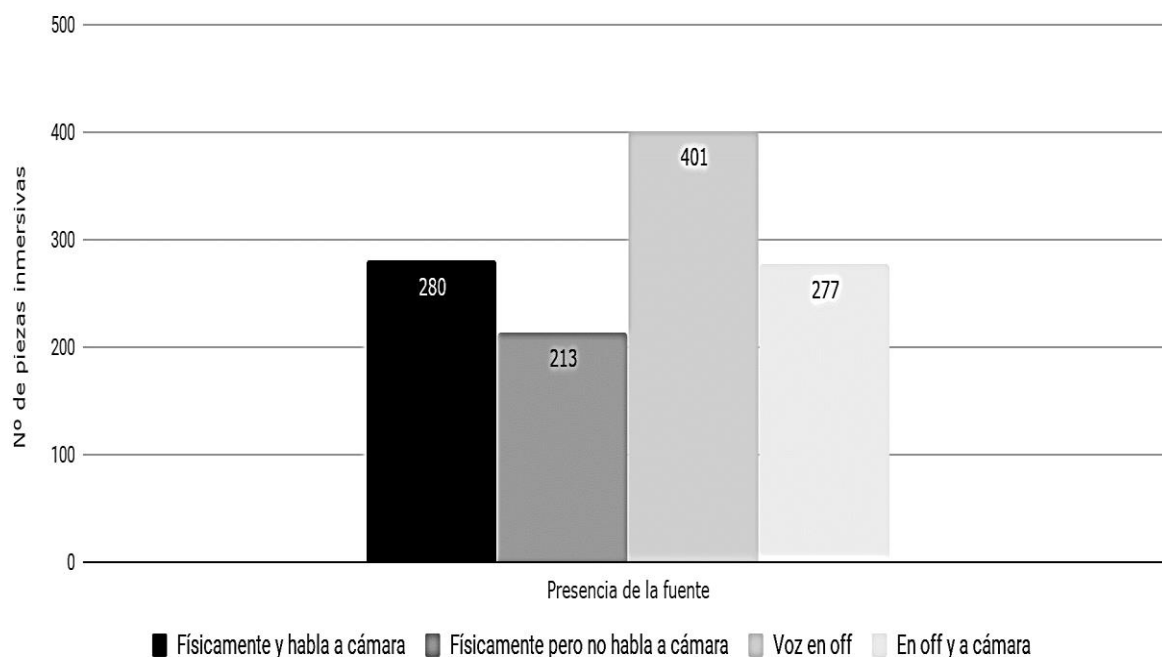


Fuente: Elaboración propia

Si se tiene en cuenta la presencia del periodista en los diferentes géneros del periodismo tradicional no se encuentran diferencias significativas. A este respecto dentro del periodismo inmersivo llama la atención el gran número de piezas donde aparece el periodista físicamente pero no habla a cámara, su presencia no aporta nada a la pieza desde el punto de vista informativo; es decir, puede estar sosteniendo la cámara o caminando con ella, e incluso sujetando un micrófono, es decir, tareas más técnicas que no se mostraban antes en el montaje de la pieza tradicional.

3. Presencia de las fuentes: en lo que respecta a la fuente, como ocurre en el caso del periodista, éstas también pueden aparecer de diferentes formas si bien, en este caso son más las piezas que optan por la presencia de la fuente, concretamente un 53,67 % del total piezas analizadas, ya sea físicamente, en off o aportando declaraciones sin hablar directamente a la cámara, como se puede observar en el gráfico 2:

Gráfico 2. Presencia de la fuente

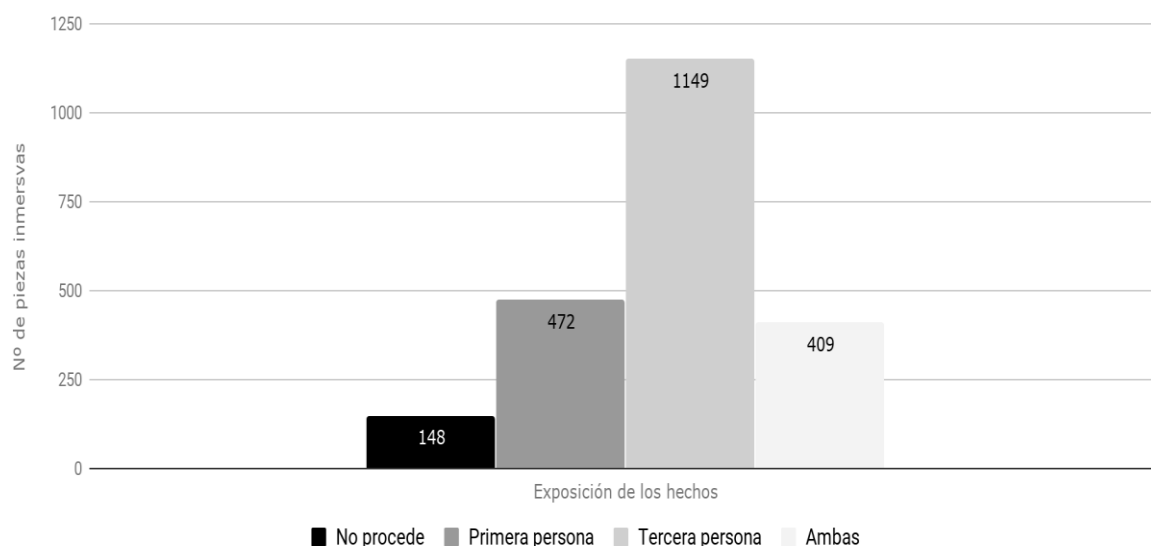


Fuente: Elaboración propia

La modalidad más frecuente en la que aparecen las fuentes es en voz en *off* con la diferencia de que en este caso su voz suele acompañar a imágenes de su vida cotidiana. La fuente guía al usuario a lo largo de la pieza de manera que ejerce el rol anteriormente asignado al periodista, pero en este caso traslada lo que sucede desde su punto de vista y experiencia personal. Cuando la fuente aparece físicamente hablando directamente a cámara (que corresponde con la mirada del usuario) cuenta en este caso sus propias experiencias. También se han identificado piezas que captan conversaciones, discursos o conferencias, de manera que se aporta información al usuario/espectador pero estas declaraciones no se han producido exclusivamente para la pieza; es decir, la fuente aparece físicamente pero no habla directamente a cámara.

4. La exposición de los hechos: puede ser en primera persona, de manera que sea la fuente la que exponga los hechos desde su propio punto de vista, o bien puede ser el periodista el que desde una perspectiva en tercera persona describa qué es lo que está pasando, o pueden combinarse ambas (en ocasiones produciéndose una entrevista) (Gráfico 3). En aquellas piezas de ficción no va a proceder ningún tipo de exposición, así como en aquellos casos donde no se ofrezca ningún tipo de información. Además, se puede encontrar un tipo más de exposición que se pueden denominar como “experiencias”, es decir, son piezas que no informan acerca de nada, sino que ofrecen al usuario una experiencia como por ejemplo montar en una montaña rusa, cómo así muestra el gráfico a continuación, y que por tanto no contemplan una exposición ni en primera ni en tercera persona (han sido catalogadas dentro de la variable “no procede”).

Gráfico 3. Exposición de los hechos



Fuente: Elaboración propia

Tanto en los casos en los que el periodista aparece y habla directamente a la cámara, como en aquellos en los que únicamente narra los hechos en forma de voz en *off*, éste puede emplear diferentes recursos verbales con los que conseguir una mayor involucración del usuario en la historia. A diferencia de los formatos clásicos periodísticos donde, de manera general, se utiliza la tercera persona gramatical buscando la exposición de los hechos de manera impersonal; en este tipo de piezas informativas inmersivas tienen cabida la segunda persona del singular y del plural, implicando directamente al usuario en la acción. Por ejemplo, *The Land of Salt and Fire* (NYT VR, 2017) una pieza sobre los pastores y mercaderes de sal en Afar (Etiopía), hace alusiones directas al usuario en repetidas ocasiones con frases como: “To understand how this place is possible I’ll take you to the white. To the salt” o “It is so hot you can imagine how”.

5. El punto de vista del usuario: en lo que respecta a la perspectiva del usuario o al rol que éste ejerce dentro de la pieza se han identificado dos modalidades: espectador o protagonista/afectado; aunque puede ocurrir que una pieza combine ambas perspectivas en diferentes momentos de la misma. Los casos en los que el usuario es testigo o espectador son los más frecuentes (2.130 piezas), mientras que los casos en los que ejerce un rol de protagonista o afectado o se combina la perspectiva de testigo y la de afectado serán poco frecuentes (35 y 13 piezas, respectivamente). En aquellos casos donde el usuario ejerza un rol de afectado existirá un cierto grado de ficción, ya que las personas que aparezcan en la pieza se dirigirán a este como si fuera parte de la trama. Asimismo, en estos proyectos donde el usuario es también protagonista, éste puede aparecer, o no, representado con un avatar. Teniendo en cuenta estos aspectos se pueden apreciar importantes innovaciones en este elemento narrativo con respecto al periodismo tradicional.

Partiendo del este análisis de los elementos narrativos que intervienen en las piezas periodísticas inmersivas, para poder establecer una nueva clasificación de géneros periodísticos basados en la utilización de la RV, es decir, lo que se propone como “géneros periodísticos inmersivos”, es preciso

en este momento analizar la función que cumplen los elementos narrativos en las piezas periodísticas que han sido realizadas bajo esta tecnología y que pueden denominarse como “piezas inmersivas”.

4.3. Función de los elementos narrativos en las “piezas periodísticas inmersivas”

Fruto de dicho análisis se han podido identificar una serie de reformulaciones en las citadas funciones que cumplen los elementos narrativos que intervienen en las piezas inmersivas frente a las piezas audiovisuales tradicionales, que se aportan a continuación:

- Función de la temática: en este caso la temática influirá, como en el periodismo tradicional, a la hora de diferenciar entre información y ficción, por tanto, no se contemplan cambios significativos dentro del periodismo inmersivo.
- Función del periodista: el profesional de la información juega un papel esencial no solo desde el punto de vista técnico sino también de contenido. Su labor es la misma tanto en un producto audiovisual clásico como en uno inmersivo, de manera que será el encargado de realizar las labores de producción, edición y, con frecuencia, publicación en la plataforma correspondiente. Éste puede aparecer físicamente en la imagen y contar los hechos en primera persona (como ocurre, por ejemplo, en un tipo de género interpretativo como la crónica) o bien en voz en *off* (narración en tercera persona propia de la noticia y los géneros informativos). Esto también ocurrirá en los proyectos periodísticos inmersivos, de manera que como se ha visto en los resultados del análisis esta figura podrá aparecer también de diferentes formas. Aunque lo más novedoso entre las piezas audiovisuales y las inmersivas tiene que ver con que, aunque la mano del periodista está presente indudablemente en ambos casos, en los proyectos audiovisuales tradicionales siempre va a apreciarse su intervención de algún modo (por ejemplo, en el montaje), mientras que, en los inmersivos, en ocasiones, no va a ser visible en el sentido de que ni aparecerá físicamente o en *off*, ni se apreciará su mano en la edición.
- Función de las fuentes: serán las encargadas de contar en primera persona los hechos noticiosos (tanto físicamente como en *off*). Su función no puede cambiar con respecto al periodismo tradicional, de manera que tiene que seguir adoptando el papel de objetividad. Si bien en los proyectos inmersivos se introduce un cambio que tiene que ver con a quién le cuentan la información, ya que en una pieza tradicional aparece, con frecuencia, el periodista que será al que trasladen esa información mientras que en una pieza inmersiva la información fluye directamente de la fuente al usuario. Esta cuestión se aprecia especialmente bien cuando la fuente habla directamente a la cámara, que coincide con la mirada del usuario que accede a la pieza.
- Función del montaje: en los proyectos inmersivos el montaje está realizado por el usuario porque decide no solo el encuadre que quiere ver, sino que también tiene la posibilidad de decidir en algunas piezas por donde seguir consumiendo el contenido. En una noticia tradicional es el periodista el que monta los diferentes planos, es el que hace el montaje. Se produce una selección y, por tanto, una interpretación de la realidad. En una pieza inmersiva los recursos son la realidad, no hay cortes.
- Función del receptor: en el periodismo tradicional su función es la de consumidor pasivo, pero en una pieza inmersiva va a poder cumplir dos funciones: el espectador accede al contenido donde va a poder situarse en el centro de la historia narrada, convirtiéndose de este modo en testigo; pero en algunos casos llegará a ejercer el rol de protagonista o afectado. Al mismo tiempo, como se ha mencionado anteriormente, será el encargado de realizar el ‘montaje’, en

la medida en que en sus manos estará poder decidir el encuadre que quiere ver en cada momento.

4.4. Propuesta de clasificación de los géneros periodísticos inmersivos

El análisis realizado anteriormente en esta investigación hace posible establecer una primera aportación de “géneros periodísticos inmersivos”. Si bien es cierto, los grandes avances que se producen en torno a la tecnología de la RV y vídeo en 360°, hacen que esta clasificación no esté cerrada, sino que se encuentre en una constante actualización. Esta propuesta de clasificación, dentro de la cual han sido enmarcadas las piezas que han configurado el universo objeto de estudio (2.178) y para la cual se han tenido en cuenta los elementos narrativos que participan en el proceso comunicativo y las citadas funciones que realizan dentro de una pieza periodística inmersiva, ha permitido diferenciar seis géneros: géneros informativos, géneros testimoniales, géneros informativos-testimoniales, géneros descriptivos, géneros experienciales y géneros dramatizados. Se detallan, a continuación, cada uno de ellos:

- 1) Género informativo: destaca por una exposición descriptiva de los hechos por parte del periodista, que se puede producir bien mediante la presencia física del propio periodista, bien a través de una voz en *off* que acompaña al usuario a lo largo de la pieza, o de ambas formas (físicamente y en *off*). En general las piezas inmersivas enmarcadas dentro de este bloque van a ser proyectos grabados en 360°, por tanto, son imágenes reales, al igual que el sonido que las acompaña. Un ejemplo de este tipo se encuentra en *Migrant Crisis* (2015), un proyecto realizado por Sky News y Jaunt VR en el que se recoge la llegada de un grupo de refugiados a las costas de Grecia. En ella, el corresponsal de Sky, Alistair Bunkall narra el suceso, en algunos momentos físicamente (a pie de playa) y otros en voz en *off* mientras las imágenes captan el miedo de estas familias refugiadas que bajan de las balsas completamente repletas (Figura 1).

Figura 1. El corresponsal Sky News, Alistair Bunkall, hablando a cámara en *Migrant Crisis* (Sky News y Jaunt VR, 2015).



Fuente: Captura de pantalla de la app Jaunt VR.

- 2) Género testimonial: se incluyen aquí aquellas piezas inmersivas en las que la historia está contada directamente por sus protagonistas. Es decir, no aparece la figura del periodista contando lo que ha pasado, sino que son los propios afectados los que explican, desde su punto de vista, aquellas cuestiones que les afectan; no solo en momentos puntuales sino a lo largo de toda la pieza, como antes (en los géneros informativos) hiciera el periodista. Al igual que en los géneros informativos, en este caso las fuentes pueden aparecer físicamente, en *off* o combinando ambas modalidades; y del mismo modo van a ser principalmente proyectos grabados en 360°, con imágenes reales que acompañarán al testimonio de los afectados. Esto es lo que ocurre en *Phiona. A VR Portrait of the Queen of Katwe* (ABC News y Jaunt VR, 2016), en la que el espectador puede acompañar a su protagonista, Phiona Mutesi, mientras relata su vida en Katwe (Uganda) y cómo está utilizando su destreza jugando al ajedrez para dar esperanza a los niños que viven en los barrios marginales de este país (Figura 2).

Figura 2. *Phiona. A VR Portrait of the Queen of Katwe* (ABC News y Jaunt VR, 2016).



Fuente: Captura de pantalla de la *app* Jaunt VR.

- 3) Género informativo-testimonial: en algunos casos periodista y fuente pueden aparecer al mismo tiempo, por lo que en las piezas donde ocurra esto se puede hablar de un tipo de género informativo-testimonial. De modo que el periodista, en sus diferentes formas (en persona o en *off*), expone en tercera persona los hechos; y la fuente (en persona o en *off*) complementa la información. Puede ocurrir también que se produzca alguna entrevista, por lo que periodista y fuente aparecerán al mismo tiempo en la imagen; aunque generalmente esto se va a producir con poca frecuencia, de manera que lo habitual será que cuando la fuente aparezca físicamente en la imagen, la aportación del periodista se produzca en forma de voz en *off*. Un ejemplo de este género lo constituye la pieza titulada *Rio de Lama* (Academia de Filmes, Beenoculus y Maria Farinha Filmes, 2016), en la que se relata la catástrofe ambiental ocurrida en Brasil en

el año 2015 y que alterna una narración del periodista en forma de voz en *off* con las declaraciones de los afectados (Figura 3):

Figura 3. *Rio de Lama* (Academia de Filmes, Beenoculus y Maria Farinha Filmes, 2016).



Fuente: Captura de pantalla de la *app* Rio de Lama.

- 4) Género descriptivo: serán aquellas piezas en las que no interviene el periodista ni la fuente, de manera que se concede completa libertad al usuario para explorar e interpretar aquello que está viendo en la imagen. En algunos casos puede aparecer algún tipo de texto que ayude al usuario a conocer dónde se encuentra o que aporte algún tipo de información, como por ejemplo una contextualización. Es el caso de *59 Rescues in 2016, Witness the Last* (*The New York Times*, 2016), una pieza que lleva al usuario a bordo del Bourbon Argos en una misión de rescate llevada a cabo por Médicos Sin Fronteras, en la que rescatan a un grupo de inmigrantes africanos en el mar Mediterráneo (Figura 4). En ella no aparece la figura del periodista, ni físicamente ni en forma de voz en *off*, y tampoco se producen declaraciones de las fuentes; solo se ofrecen unos datos informativos breves en forma de texto sobre el lugar, el número de inmigrantes rescatados y los días de viaje transcurridos (datos que no pueden verse en la imagen).

Aunque también pueden encontrarse ejemplos donde no aparezca ningún tipo de apoyo textual, como ocurre en *La Corona de Espinas* (Yorokobu, 2016), donde se traslada al espectador a la sede del Instituto de Patrimonio Cultural de España para descubrir cómo es el interior de esta joya arquitectónica obra de Fernando Higueras y Antonio Miró y el trabajo de restauración que realiza el personal que trabaja allí.

Figura 4. 59 Rescues in 2016, Witness the Last (*The New York Times*, 2016).



Fuente: Captura de pantalla de la *app* NYTVR.

- 5) Género dramatizado: el quinto bloque en relación a los géneros del periodismo inmersivo se encuentra constituido por aquellas piezas que implican una dramatización del suceso informativo, de manera similar a los docudramas televisivos. Este tipo de piezas buscan recrear digitalmente un hecho noticioso y pueden combinar audios e imágenes reales con las recreaciones tridimensionales para las que pueden hacer uso de sistemas de captura de movimiento y la creación de avatares. Un ejemplo de este tipo lo constituye el proyecto *Hunger in L.A.* (2012), mencionado anteriormente, donde se reconstruye tridimensionalmente un hecho real acontecido en Los Ángeles, del que solo se disponía de un audio del momento del suceso; o *Kiya* (2016), que revive el momento en el que dos mujeres intentan, sin éxito, salvar a su hermana de ser asesinada por su exnovio (Figura 5). Los eventos fueron recreados por actores que llevaban trajes de captura de movimiento, y el ambiente se basó en fotografías de lugares y escenas del crimen. De manera que, aunque el sonido es real, las imágenes están creadas artificialmente para mostrar al usuario cómo sucedieron los hechos.

Figura 5. *Kiya* (Emblematic Group, 2016).



Fuente: Captura de pantalla del proyecto.

- 6) Género experiencial: se incluyen en este bloque aquellas piezas que no abordan un hecho o un acontecimiento en concreto, sino que tratan de mostrar una realidad (pobreza, desigualdad, exclusión, violencia, etc.) colocando al usuario en el lugar del afectado. Este tipo de piezas pueden estar acompañadas por imágenes y/o audios reales que otorgan un mayor realismo a lo que se cuenta. Un ejemplo de este tipo es el caso de *6x9 A Virtual Experience of Solitary Confinement*, de *The Guardian* (Figura 6), donde se recrea una celda de aislamiento de una prisión norteamericana. En ella el usuario “permanece recluso” mientras conoce las experiencias de presos reales sometidos a este tipo de confinamiento.

Figura 6. Recreación de una celda de confinamiento en solitario en *6x9 A Virtual Experience of Solitary Confinement* (*The Guardian*, 2016).



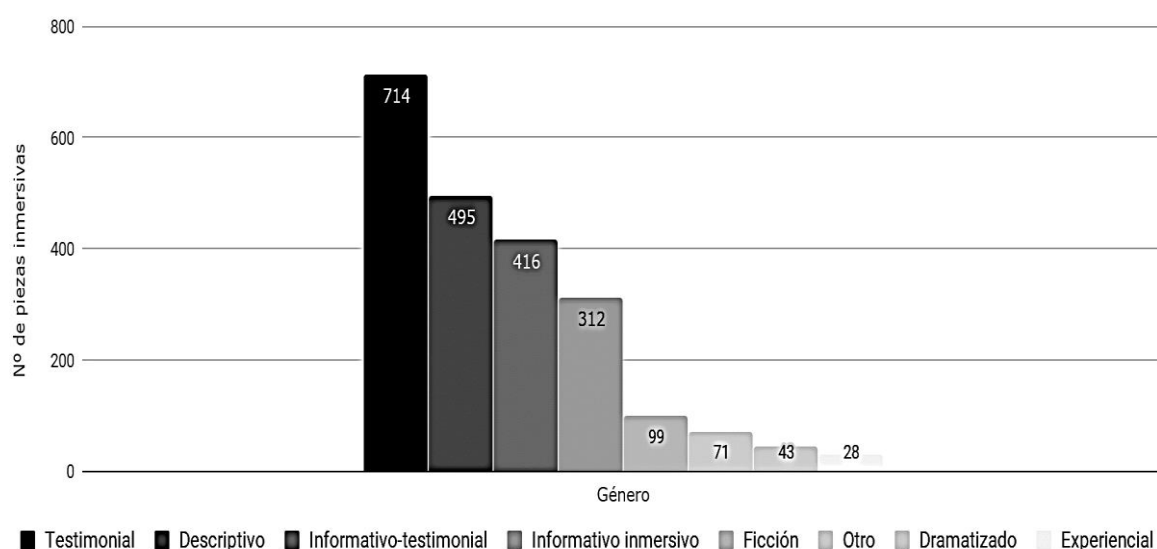
Fuente: Captura de pantalla de la *app* 6x9.

En función de esta clasificación hay que tener en cuenta dos cuestiones importantes. En primer lugar, que no todos los géneros son adecuados para todos los soportes. Esto es lo que ocurre en el caso de la realidad virtual con los géneros de opinión. Con esto no se quiere decir que no puedan llegar a aparecer, pero realmente este tipo de soporte, más orientado a que sea el usuario el que explore y asista como testigo a los acontecimientos, hace que no sea el más adecuado para aquellos géneros que buscan únicamente expresar una opinión o una valoración por parte de un medio en general o de un periodista en particular. Y, por otra parte, el análisis también ha permitido detectar otro tipo de géneros que en este caso se enmarcaría dentro del género de ficción, no de información.

4.5. Clasificación de la muestra en géneros periodísticos inmersivos

Partiendo de esta propuesta de géneros inmersivos se ha procedido a clasificar la muestra que compone el universo objeto de estudio. Los resultados obtenidos se distribuyen de la siguiente manera:

Gráfico 4. Distribución de los géneros periodísticos inmersivos



Fuente: Elaboración propia

Los resultados reflejan una preferencia por el género testimonial, acumulando un 32,78 % de la muestra (714 piezas); mientras que el género informativo-testimonial, consigue alcanzar un 19,1 % del total (416 piezas). De manera que las fuentes van a aparecer más de la mitad de la muestra (51,82 %), en sus diferentes formas (físicamente y hablando directamente a cámara, físicamente, pero sin hablar a cámara, en *off* o bien alternando una presencia física con declaraciones en *off*). Por su parte, el género informativo va a suponer un 14,33 % del total (312 piezas). Estos datos vienen a revelar que en las piezas periodísticas inmersivas analizadas se va a conceder más importancia al testimonio de la fuente que al del periodista.

El género descriptivo, por su parte, consigue acumular un 22,73 % de la muestra (495 piezas). Es el segundo más utilizado, por detrás del testimonial. Mientras que los géneros dramatizado y experiencial no van a superar 2 % del total (con 43 y 28 piezas respectivamente). Estos datos, muy inferiores a los demás géneros, pueden deberse a que implican un proceso más largo de producción y mayores costes económicos para el medio de comunicación.

Por otra parte, respecto al género de ficción, estas piezas van a suponer un 4,54 % de la muestra (99 piezas). Teniendo en cuenta que se ha filtrado por criterio de medio de comunicación y contenido informativo llama la atención que también se hayan identificado proyectos de ficción, aunque en menor medida. Además, existen 71 piezas (3,29 %) más que no van a corresponder a ninguno de los géneros inmersivos delimitados. Concretamente éstas van a corresponder con algunos trabajos dentro de la temática de artes escénicas en las que se produce algún tipo de representación, bien teatral o musical, donde no se aporta ninguna información, pero tampoco pueden ser clasificadas como “ficción”; y de la temática que se ha denominado “experiencias y actividades de riesgo” donde, de nuevo, tampoco se aporta información.

5. Conclusiones

Se retoma en este apartado de conclusiones la hipótesis de partida que hacía referencia a si las piezas periodísticas realizadas en RV o vídeo en 360° (periodismo inmersivo) contribuyen o no a la creación de una nueva clasificación de géneros periodísticos que podría denominarse como “géneros periodísticos inmersivos”. Ésta, tras el análisis realizado, puede decirse que ha quedado verificada. Concretamente, se ha establecido una propuesta de clasificación compuesta por seis grandes géneros: informativo inmersivo, testimonial, informativo-testimonial, descriptivo, dramatizado y experiencial. Una propuesta taxonómica derivada, a su vez, de las innovaciones que introduce la tecnología de la RV y el vídeo en 360°, que al mismo tiempo permite la reformulación de las funciones de los elementos narrativos (temática, periodista, fuente, montaje y receptor) que intervienen en las piezas inmersivas frente a las piezas informativas tradicionales.

Análisis como el que se ha presentado en este artículo abren una nueva línea de investigación que tiene que ver con las innovaciones que se están produciendo en el Periodismo a la hora de contar la realidad (géneros y formatos informativos) donde los principales cambios en este caso vienen de la mano de la utilización de una tecnología como es la RV y el vídeo en 360°, dentro del mundo periodístico. Tal es así, que conceptos como el “periodismo inmersivo”, “piezas inmersivas” o “reportaje inmersivo” comienzan a tomar fuerza ya no tanto poniendo el acento en la tecnología sino en el uso de ésta a la hora de contar la realidad, como ha sido el caso objeto de estudio.

Si hay que destacar cambios sustanciales que aporta el periodismo inmersivo y que han permitido poder avanzar en esta propuesta de “géneros informativos inmersivos”, que hasta ahora no había sido abordada es, sin duda alguna, el nuevo papel que adopta ahora el espectador usuario que se ha convertido en un “espectador en 360°”. Y para que esto sea posible se han tenido que producir cambios en el papel que cumplen el resto de los elementos narrativos que intervienen en la construcción de una “pieza o reportaje inmersivo” citados en líneas anteriores.

Teniendo en cuenta en todo momento los grandes avances que envuelven a las tecnologías inmersivas, los avances en su investigación estarán en un continuo proceso de cambio, y por esta razón, se habla de una primera aproximación que se encuentra en un proceso abierto de lo que se ha denominado como “géneros periodísticos inmersivos”.

6. Referencias

AP (2017): *A guide for journalists in a world of immersive 3-D content*. Recuperado de <https://goo.gl/dGmqze> el 3 de enero de 2019.

Aronson-Rath, R., Milward, J., Owen, T., & Pitt, F. (2015): *Virtual Reality Journalism*. Recuperado de <https://goo.gl/SHcrDa> el 3 de enero de 2019..

Baía, A. (2016): Mundos Virtuais e Jornalismo Imersivo: uma resenha histórica e conceptual. *Estudos de Jornalismo*, 6(1). Recuperado de <https://goo.gl/2H9yb5> el 3 de enero de 2019.

Benítez, A. (2016): *La realidad virtual aplicada al periodismo de marca* (Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla). Recuperado de <https://goo.gl/rkwHQ3> el 3 de enero de 2019.

Benítez, M. J., & Herrera, S. (2017): El reportaje inmersivo en vídeo 360º: diseño de un modelo de análisis. *El profesional de la información*, 27(1), 149-161. doi: 10.3145/epi.2018.ene.14

Biocca, F., & Levy, M. (1995): *Communication in the Age of Virtual Reality*. New Jersey, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates.

Bohrer, C. (2016): *The JJIE Virtual World Journalism Project: Experimenting with Virtual Worlds as an Emerging Journalism Platform*. Recuperado de <https://goo.gl/mwp7sC> el 3 de enero de 2019.

Costa, L. (2017): Jornalismo Imersivo de Realidade Virtual: Uma análise do documentário brasileiro Rio de Lama. *40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Recuperado de <https://goo.gl/692c5B> el 3 de enero de 2019.

Costa, L. & Brasil, A. (2017): Realidade virtual: inovação técnica e narrativa no jornalismo imersivo. *Comunicação e cultura*, 15(1), 141-161. Recuperado de <https://goo.gl/76oN6r> el 3 de enero de 2019.

Costa, L. & Cordeiro, W. (2016): “You are there!” Infografía e Realidade Virtual no Jornalismo Imersivo. Trabajo presentado en el 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Recuperado de <https://goo.gl/8x5bTz> el 3 de enero de 2019.

Cruz-Neira, C., Sandin, D. J., DeFanti, T. A., Kenyon, R. V. & Hart, J. C. (1992): The Cave: Audio Visual Experience Automatic Virtual Environment. *Communications of the ACM*, 35(6), 65-72. doi: 10.1145 / 129888.129892.

De la Peña, N. (2011): Physical World News in Virtual Spaces. Representation and Embodiment in Immersive Nonfiction. *Media Fields Journal*, 3. Recuperado de <https://goo.gl/3c3HEb> el 3 de enero de 2019.

De la Peña, N. (2014): Embodied Digital Rhetoric: Soft Selves, Plastic Presence, and the Nonfiction Narrative. En G. Verhulsdonck & M. Limbu (eds.). *Digital Rhetoric and Global Literacies: Communication Modes and Digital Practices in the Networked World*. Hershey: Information Science Reference. doi: 10.4018/978-1-4666-4916-3.ch016

De la Peña, N. (2015): *¿El futuro del periodismo? La realidad virtual*. Conferencia presentada en TED Women [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://goo.gl/4Uew5X> el 23 de noviembre de 2017.

De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spaniang, B. et al. (2010): Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and virtual environments*, XIX(4), 291–301. doi: 10.1162/PRES_a_00005

- Domínguez, E. (2017): Going Beyond the Classic News Narrative Convention: The Background to and Challenges of immersion in Journalism. *Front. Digit. Humanit*, 4. doi: 10.3389/fdigh.2017.00010
- Doyle, P., Gelman, M. & Gill, S. (2016): *Viewing the Future? Virtual Reality in Journalism*. Knight Foundation. Recuperado de <https://goo.gl/8ULYJh> el 3 de enero de 2019.
- Fagundes, A. & Guizzo, G. (2017): Entre a Imersão e a Vivacidade: Em Busca de uma Classificação das Produções para Dispositivos de Realidade Virtual. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recuperado de <https://goo.gl/fP8qJF> el 3 de enero de 2019.
- Gonçalves, L. (2017): Jornalismo inmersivo de realidade virtual: aspectos teóricos e técnicos para um modelo narrativo (Universidade Feferal de Santa Catarina). Recuperado de <https://goo.gl/sXiD1X> el 3 de enero de 2019.
- Guizzo, G. (2016): *Jornalismo imersivo: Explorações e caminhos para apropriações do acontecimento jornalístico a partir de experiências com dispositivos de realidade virtual*. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Recuperado de <https://goo.gl/FxpquL> el 3 de enero de 2019.
- Hardee, G. M. (2016): Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. En S. Lackey & R. Shumaker (Eds.). *Virtual, Augmented and Mixed Reality* (pp.679-690). Suiza: Springer.
- Hijazi, J. & Cuillier, D. (2017): Effects of Virtual-Reality News Video on Transportation, Attitudes, Fact-Recall and Intentions to Act. Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL. Recuperado de <https://goo.gl/Qyhiog> el 3 de enero de 2019.
- Jones, S. (2017): Disrupting the narrative: immersive journalism in virtual reality. *Journal of Media Practice*, 18(2-3), 171-185. doi: 10.1080/14682753.2017.1374677
- Kishore, S., Navarro, X., Domínguez, E., De la Peña, N. & Slater, M. (2016): Beaming into the News: A System for and Case Study of Tele-Immersive Journalism. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 99. doi: 10.1109/MCG.2016.44
- Kool, H. (2016): The Ethics of Immersive Journalism: A rhetorical analysis of news storytelling with virtual reality technology. *Intersect*, 9(3), 1-11. Recuperado de <https://goo.gl/gvesP1> el 3 de enero de 2019.
- Landis, J. R. & Koch, G. C. (1977): The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174. doi: 10.2307 / 2529310
- López, A. (2016): El periodismo que contará el futuro. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 131(abril-julio), 239-256. Recuperado de <https://goo.gl/jknvtA> el 3 de enero de 2019.

- López, A. & Fernández, A. (2016): Retos para la consolidación del reportaje inmersivo. Estudio de caso de las experiencias pioneras en España de *El Mundo* y *El País*. *Mediatika*, 15, 125-140. Recuperado de <https://goo.gl/pRbr8y> el 3 de enero de 2019.
- Pérez, S. (2015): Periodismo inmersivo: de público a actor de la información. *De los medios a los metamedios. Actas I Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación*, 63-72. Recuperado de <https://goo.gl/EirVWa> el 3 de enero de 2019.
- Pérez, S. (2016): Origen y evolución del periodismo inmersivo en el panorama internacional. *De los medios y la comunicación. De las organizaciones a las redes de valor. Actas del II Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación*, 402-418. Recuperado de <https://goo.gl/qjUdgi> el 3 de enero de 2019.
- Pérez, S. (2017): Immersive Journalism: From Audience to First-Person Experience of News. F. C. Freire et al. (eds.). *Media and Metamedia Management, Advances in Intelligent Systems and Computing*, 503, 113-119. doi: 10.1007/978-3-319-46068-0_14
- Pérez, S. & Campos, F. (2016a): La ética de la realidad virtual en los medios de comunicación. *Memorias del XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación* (pp. 167-172). Recuperado de <https://goo.gl/iiVqKb> el 3 de enero de 2019.
- Pérez, S. & Campos, F. (2016b): Las técnicas inmersivas en las televisiones públicas europeas: primeras aplicaciones y evolución práctica. En J. Herrero & C. Mateos (Coords.). *Del verbo al bit* (pp. 1011-1036). Recuperado de <https://goo.gl/LgeQjK> el 3 de enero de 2019.
- Pérez, S. & Campos, F. (2017): Las técnicas inmersivas en las televisiones públicas: aplicaciones y evolución. En M. Túnnez, F. Campos-Freire & A. Silva (Eds.). *Estudios sobre financiación, legislación e innovación en la Televisión Pública*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, CAC126 (pp. 101-126). La Laguna (Tenerife): Latina.
- Robson, W. & Costa, L. (2016): Jornalismo inmersivo: perspectivas para os novos formatos. *Letras do Jornalismo*, 2(6), 99-116. Recuperado de <https://goo.gl/c78Lti> el 3 de enero de 2019.
- Rubio-Tamayo, J. L. & Gértrudix, M. (2016): Realidad Virtual (HMD) e Interacción desde la Perspectiva de la Construcción Narrativa y la Comunicación: Propuesta Taxonómica. *Icono 14*, 14(2), 1-24. doi: 10.7195/ri14.v24i2.965
- Shin, D. & Biocca, F. (2017): Exploring immersive experience in journalism. *New media & society*, 1-24. doi: 10.1177/1461444817733133
- Sidorenko, P., Cantero, J. J. & Herranz, J.M. (2017): La realidad virtual y el formato multimedia en 360° como mecanismo de enriquecimiento de los contenidos periodísticos. En J. Sierra (Coord). *Nuevas tecnologías audiovisuales para nuevas narrativas interactivas digitales en la era del multidispositivo* (pp. 99-108). Madrid, España: McGraw Hill.
- Singh, K. (2015): Virtual Reality Journalism: Changing the Narratives of News. Centre for Power Studies (CAPS), Forum for National Security Studies (FNSS). Recuperado de <https://goo.gl/mbheBQ> el 3 de enero de 2019.

Sirkkunen, E., Väättäjä, H., Uskali, T. & Rezaei, P.P. (2016): Journalism in Virtual Reality: Opportunities and Future Research Challenges. *Academic MindTrek'16: Proceedings of the 20th International Academic MindTrek Conference* (pp. 297-303). New York, Estados Unidos: Association for Computing Machinery (ACM). doi: 10.1145/2994310.2994353

Slater, M. & Sánchez-Vives, M.V. (2016): Enhancing Our Lives with Immersive Virtual Reality. *Frontiers in Robotics and AI*, 3(74), 1-47. doi: 10.3389/frobt.2016.00074

Uskali, T., Väättäjä, H. & Sirkkunen, E. (2017): Virtual reality prototyping in journalism. How to best collaborate with agile methods. *Nordicom-Information*, 39(1), 28-31. Recuperado de <https://goo.gl/Fh7qV8> el 3 de enero de 2019.

Vázquez-Herrero, J. & López-García, X. (2017): Immersive Journalism through Mobile Devices: How Virtual Reality Apps Are Changing News Consumption. En A. Rocha et al. (Eds.), *Recent Advances in Information Systems and Technologies*, 3 (pp. 3-12). Suiza: Springer.

Witt, L., Kperogi, F. A., Writer, G., Bohrer, C, & Negash, S. (2016): Journalism: How One University Used Virtual Worlds to Tell True Stories. *The official research journal of the International Symposium on online journalism*, 6(1), 5-32. Recuperado de <https://goo.gl/G942b1> el 3 de enero de 2019.

Zahoric, P., & Jenison, R.L. (1998): Presence as Being-in-the-World. *Presence*, 7(1), 78-89. doi: 0.1162/105474698565541

Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

A Paíno-Ambrosio, M I Rodríguez-Fidalgo (2019): “Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360°”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1132 a 1153. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1375/58es.html>
DOI: [10.4185/RLCS-2019-1375](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1375)

- En el interior de un texto:

A Paíno-Ambrosio, M I Rodríguez-Fidalgo (2019: 1132 a 1153) ...

o

...A Paíno-Ambrosio *et al*, 2019 (1153) ...

Paper received on 29 April. Accepted on 29 June.
Published on 16 July.