

# Tendencias en no ficción interactiva: perspectiva de los productores a través de un estudio Delphi

*Trends in interactive non-fiction: producers' perspective through a Delphi study*

Jorge Vázquez-Herrero  
Universidade de Santiago de Compostela

## Referencia de este artículo

Vázquez-Herrero, Jorge (2020). Tendencias en no ficción interactiva: perspectiva de los productores a través de un estudio Delphi. *adComunica. Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (19), 61-82. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.5>.

## Palabras clave

No ficción interactiva; documental interactivo; narrativas interactivas; tecnología; negocio; audiencia; Delphi.

## Keywords

Interactive Non-Fiction; Interactive Documentary; Interactive Storytelling; Technology; Business; Audience; Delphi.

## Resumen

La influencia de la tecnología en el nuevo ecosistema mediático ha causado una redefinición de las formas de representación de lo real y la emergencia de otras nuevas adaptadas a las condiciones de los escenarios comunicativos contemporáneos. La no ficción interactiva y el documental interactivo han sido protagonistas de una década próspera de experimentación que ha dejado certezas y retos para afrontar el futuro. El estudio Delphi realizado con creadores, productores y responsables de innovación y área digital de medios de comunicación permite identificar

las principales tendencias sobre la evolución de estos formatos. El impacto de las diferentes tecnologías, los aprendizajes tras la exploración, la contribución del *web-doc* a los medios, el modelo de negocio y su rentabilidad, así como la perspectiva de las audiencias, son aspectos abordados en la investigación para elaborar una panorámica de un campo cambiante y manifiestamente abierto, híbrido y complejo. Los resultados aportan ideas consensuadas por el grupo de expertos e indican caminos para la sostenibilidad de la producción. Un mayor conocimiento de las audiencias y la adaptación a las tecnologías influyentes, principalmente el desarrollo de la Web y el móvil, condicionarán el futuro de unas formas de expresión que no son consideradas una moda pasajera. Frente al gran desafío de lograr un modelo de producción sostenible, la no ficción interactiva posee interesantes rasgos positivos para la renovación narrativa, vinculados con la interactividad y la inmersión.

### **Abstract**

The influence of technology in the new media ecosystem has caused a redefinition of the forms of representation of the real and the emergence of new ones adapted to the conditions of contemporary communicative contexts. Interactive non-fiction and interactive documentary were involved in a prosperous decade of experimentation that has left certainties and challenges to face the future. The Delphi study conducted with creators, producers and people in charge of innovation and digital media area allows the identification of the main trends on the evolution of these formats. The impact of different technologies, the learning after exploration, the contribution of the webdoc to the media, the business model and its profitability, together with the perspective of the audiences, are aspects addressed in the research. This contributes to the elaboration of an overview of a changeable field, which is also manifestly open, hybrid and complex. Results provide ideas agreed by the group of experts and indicate ways for the sustainability of the production. A greater knowledge of the audience and the adaptation to influential technologies, mainly the Web and mobile devices, will condition the future of these forms that are not considered a passing fad. Besides the great challenge of achieving a sustainable production model, interactive non-fiction has interesting positive features for narrative renovation, connected to interactivity and immersion.

### **Autor**

Jorge Vázquez-Herrero es investigador del grupo Novos Medios, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (Universidade de Santiago de Compostela). Ha sido investigador visitante en la Universidad Nacional de Rosario (Argentina), Universidade do Minho (Portugal), University of Leeds y Tampere University. Sus líneas de investigación abarcan las narrativas digitales de no ficción interactiva, microformatos y modalidades transmedia e inmersivas en los medios.

## 1. La representación de la realidad en los medios interactivos

La influencia constante de la tecnología en el nuevo ecosistema mediático ha generado una reconversión de las formas de expresión y la emergencia de otras nuevas adaptadas a las condiciones de los escenarios comunicativos contemporáneos. El desarrollo de la computación y de Internet como red de redes, junto a su apertura y popularización, ha supuesto que todas las actividades —económicas, culturales, sociales— hayan sufrido una redefinición radical o, al menos, significativa. En el campo de las historias de no ficción interactiva resulta interesante abordar las transformaciones de la última década, un periodo de considerable experimentación, y las tendencias de futuro de cara a los próximos diez años desde la perspectiva de creadores y productores.

En lo referente a las narrativas, los principios se mantienen, pues parten de una necesidad de relatar que es innata al ser humano: la narrativa está presente en todos los tiempos, todos los lugares y todas las sociedades (Barthes, 1966). Sin embargo, sus formatos se ven alterados, adaptados o actualizados, especialmente por la condición interactiva de los medios digitales y, por tanto, la posibilidad de retomar una característica original de los ritos y los juegos: interactivos, participativos e inmersivos (Miller, 2014).

Si tomamos como referente la cinematografía documental y el periodismo, el relato de la realidad ha derivado en diversas formas de aproximarse a lo real, marcadas por las técnicas y los medios que han aparecido desde finales del siglo XX. El cambio no ha generado solamente nuevos formatos, sino que reconfigura importantes condiciones antes bien delimitadas. Entre ellas, se transforma la relación entre el autor, la obra y el usuario, ahora determinada por una pérdida de control del primero para ceder parcialmente la autoría (Gifreu, 2013) en favor de la interactividad y el poder de decisión. Por otra parte, la plataforma de distribución era el rasgo diferencial de un medio: la radio, la televisión, el cine, etc.; actualmente, la comunicación sigue un modelo transmedia (Jenkins, 2001; Scolari, 2013), donde plataformas dispares convergen para contribuir a la expansión narrativa de un único universo e integrando al propio consumidor. En tercer lugar, las tecnologías —moviéndose en un ciclo permanente de la promesa a la sobreexpectativa y la desilusión (véase Gartner, 2019)— afectan a la representación de la realidad, dando lugar a modalidades narrativas remediadas o nuevas: narrativas interactivas (Green y Jenkins, 2014), inmersivas (De la Peña *et al.*, 2010, Domínguez, 2013), geolocalizadas (Nisi, 2017), automatizadas (López-García, 2018), gamificadas (Ferrer Conill, 2016; García-Ortega y García-Avilés, 2018), etc., que demuestran el interés por la búsqueda de fórmulas renovadas para representar lo real.

Este contexto de hibridación y heterogeneidad resulta complejo para aplicar una categorización estable como las existentes previamente; no obstante, la necesidad de clasificar lleva al uso de un concepto amplio e inclusivo: no ficción interactiva (*interactive non-fiction* o *interactive factual*, en inglés).

El viejo debate sobre la distinción entre ficción y no ficción se mantiene vigente. Tradicionalmente, en el documental cinematográfico también se cuestionó su naturaleza no ficcional (Renov, 1993). Por ello, a la hora de definir la no ficción interactiva cabe considerar que el uso de recursos vinculados al campo de la ficción en otras áreas está extendido. El remix actual de formatos, medios y lenguajes no ayuda en esta categorización pero, tomando como punto de partida el contrato establecido con el espectador, es posible trazar un esbozo de clasificación. La «enunciación facticia o ficción tácita» (Chillón, 1999: 38) es aplicable a los relatos que establecen un contrato de veracidad y autenticidad con el usuario, incluso reconociendo una parte ficcional no intencionada.

Siguiendo el término acuñado por Genette, Ben-Ari y McHale (1990), la narrativa factual es aquella que parte de la realidad para contar una historia (Gifreu-Castells, 2017); en palabras de Choi (2009): una representación de artefactos del mundo real. Desde una perspectiva periodística, Sizemore y Zhu (2011) consideran que la no ficción interactiva ofrece una aproximación alternativa al rol del texto en el periodismo digital, de tal forma que la experiencia con narrativas interactivas de ficción puede contribuir a la transformación interactiva y crítica del periodismo. Sin embargo, este concepto debe abordar la diversidad de campos donde se desarrolla.

«Se ha presentado como un macro-género que engloba formas muy diversas de expresión como las propias del documental, el periodismo (reportaje, crónica y noticia), el film ensayo, las películas científicas o de investigación, el vídeo con finalidades específicas (institucional, industrial o de propaganda), los materiales educativos, las películas de naturaleza o las películas de viajes o turísticas, entre otros». (Gifreu-Castells, 2015: 16-17)

Esta concepción abierta es adecuada como etiqueta superior a las diversas formas de expresión —vinculadas a distintos géneros, lenguajes y soportes— y resulta útil frente a la efimeridad de las tecnologías. Toma como referencia la realidad, que es identificada por el creador y por el usuario, y reconoce que ninguna representación está libre de ficcionalidad, de intervención o de interpretación. Se trata, por tanto, de un conjunto de formas de lo real que emplea activamente los recursos de los medios digitales interactivos —hipertextualidad, multimedialidad, interactividad— y abarca desde producciones periodísticas y documentales hasta juegos, materiales educativos o experiencias de realidad extendida.

## 2. El caso singular del documental interactivo

El documental interactivo aparece como una de las formas expresivas más experimentales de los medios digitales, tras varias décadas explorando las posibilidades de soportes y tecnologías, desde los medios físicos hasta la Web, donde más se ha desarrollado. Superada una etapa próspera en su evolución entre los años 2008 y 2016, otras novedades tecnológicas aplicadas a las narrativas han acaparado mayor interés en la actualidad. No obstante, como formato de no ficción de significativa hi-

bridación y creatividad en el medio interactivo, ha contribuido a la apertura de nuevas formas de contar las historias potenciando cualidades interactivas e inmersivas. Su definición permanece abierta, dando cabida a diversas manifestaciones en torno a la representación de la realidad en medios interactivos. De la misma manera, su denominación cambia entre los términos más populares —como documental interactivo, *i-doc* o *webdoc*— y otros más específicos o menos frecuentes —documental transmedia, *docugame*, *docuweb*, *collab docs*, etc.—.

Aunque algunos autores reconocen que existe una continuidad desde la cinematografía documental (Nash, 2012) —en lo relativo a la producción, el propósito, etc.—, no se puede considerar una simple actualización del cine documental a un nuevo soporte (Gifreu, 2013) debido a la fragmentación narrativa. La ruptura de la linealidad y de la unidireccionalidad redefinen la relación entre el creador, la obra y el usuario. La cesión de control al receptor, en diferentes grados, implica el diseño de espacios para la navegación libre, la reorganización del contenido y la gestión de la participación.

La interactividad en la representación de la realidad es la condición característica del formato, con múltiples efectos posibles sobre la experiencia del usuario: personalización del consumo, co-creación o generación de conversación y comunidad, entre otros. Aston y Gaudenzi (2012) consideran que un documental interactivo es un proyecto con intención de documentar lo real a través de una tecnología digital interactiva, siendo además una definición abierta e independiente de la plataforma de distribución que emplee.

El documental interactivo está caracterizado por la fragmentación narrativa (O'Flynn, 2012), la citada pérdida de control del autor o autoría compartida (Favero, 2013; Gifreu, 2013), la toma de decisiones en un rol activo para la audiencia (Nash, 2014), la incorporación de múltiples voces (Green *et al.*, 2017), la capacidad de redefinición en base a la respuesta colaborativa (Aston y Gaudenzi, 2012) y su impacto potencial para generar movimiento social y compromiso cívico (Nash, 2017).

En cuanto a su producción, Francia, Canadá y Estados Unidos han sido los países con mayor número de casos y una apuesta firme por la exploración del formato. Para el desarrollo de los proyectos, se recurre a modelos de coproducción entre estudios o productoras multimedia, instituciones públicas o privadas y medios de comunicación, a través de los laboratorios de innovación o con la figura de *partner* para la distribución.

En la década de los 2000, el *webdoc* y el reportaje multimedia emergieron como formas genuinas en la Web y pioneras. Destacaron, en la transición de la primera a la segunda década del nuevo milenio, los trabajos de Honkytonk Films —*The Big Issue* (Bollendorff y Colo, 2009), *Journey to the End of Coal* (Bollendorff y Ségrétin, 2008)—, de Arte —*Gaza Sderot* (Al Muzayyen y Elmaliah, 2009), *Prison Valley*

(Brault y Dufresne, 2010)— o del National Film Board de Canadá —*Highrise* (Cizek, 2010-2015), *Bear71* (Mendes y Allison, 2012)—. Por otra parte, los medios de comunicación exploraron formatos mejor adaptados a la red, con ejemplos como *Snow Fall* (Branch, 2012) de *The New York Times* o los especiales de *El País Cali*, entre otros.

Aunque el impacto de la tecnología ha determinado en buena medida la renovación del documental, su principal valor para la audiencia sigue siendo el contenido (Cucinelli, René-Véronneau y Oldford, 2018; Vázquez-Herrero y López-García, 2019). Además, la pérdida de control del autor pone en discusión el valor de los hechos frente a un efecto emocional (Forceville, 2017), así como el cambio en el significado del documental como consecuencia de la nueva relación entre el usuario y el contenido (Nash, 2014). Entre los desafíos determinantes para el futuro del documental interactivo, se han identificado con anterioridad la búsqueda de modelos de financiación (Moskowitz, 2017) y el estudio de las nuevas audiencias y su relación con la no ficción interactiva (Vázquez-Herrero y Gifreu-Castells, 2019), en un camino hacia una expansión del formato a largo plazo (Dovey, 2017).

### 3. Metodología

Con el objetivo de abordar las transformaciones durante la última década en el área de la no ficción interactiva y las tendencias de futuro, se opta por el método Delphi con expertos implicados en la producción. Este tipo de panel está identificado como una de las aproximaciones al estudio del futuro de la comunicación (VanHorn, 2018) y se distingue por ser un proceso iterativo en el que los participantes responden cuestionarios hasta lograr un consenso en torno a las cuestiones planteadas, que respondían a los siguientes objetivos:

1. Identificar las transformaciones tecnológicas que han afectado la evolución de la no ficción interactiva en los últimos 10 años y aquellas con potencial impacto en los próximos 10 años.
2. Definir la evolución del documental interactivo y su contribución a los medios de comunicación.
3. Detectar las necesidades clave en la búsqueda de un modelo de negocio para la no ficción interactiva —y el documental interactivo en particular—.
4. Identificar las concepciones existentes sobre la audiencia en los proyectos de no ficción interactiva.

El grupo de expertos debe tener entre 6 y 30 expertos (Reguant-Álvarez y Torrado-Fonseca, 2016), por lo que se contacta con productores, creadores y responsables de innovación y área digital en medios de comunicación. El panel se va conformando según se obtiene su compromiso y se completa progresivamente con el fin de mantener diversidad de países de origen (tabla 1), tipo de entidad donde desarrollan su actividad (tabla 2) y recursos disponibles (tablas 3 y 4). Se inicia

la investigación con el compromiso de veinte participantes —de los cuales, doce se involucrarían finalmente en el Delphi—. La recogida de datos se desarrolló en tres rondas, entre el 16 de abril y el 20 de mayo de 2019.

**Tabla 1.** Procedencia del panel de expertos

País	Participantes
Argentina	1
Canadá	2
Colombia	1
Eslovaquia	1
España	2
Francia	2
Países Bajos	2
Reino Unido	1

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 2.** Tipo de entidad donde realizan la actividad profesional los expertos

Tipo de entidad	Participantes
Productora	6
Colectivo o institución	3
Medio de comunicación	2
Independiente	1

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 3.** Tamaño del equipo de interactivos donde desarrollan la actividad profesional los expertos

Tamaño del equipo de interactivos	Participantes
0-4 personas	3
5-9 personas	4
10 o más personas	4
[no aportado]	1

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 4.** Presupuesto anual para la producción de interactivos en las entidades de los expertos

Presupuesto anual	Participantes
Hasta 100.000 euros	2
100.001-500.000 euros	5
Más de 500.000 euros	1
[no aportado]	4

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 5.** Cuestiones planteadas al panel de expertos

Bloque	Cuestiones planteadas
Identificación	Tamaño de equipo, presupuesto, proyectos destacados
Formatos y tecnología	Moda pasajera, avances tecnológicos
Experimentación	Aprendizaje, fortalezas, debilidades
Negocio	Financiación, razones para invertir (o no), sostenibilidad
Audiencia	Métodos, descubrimientos, medición del éxito

Fuente: elaboración propia.

El estudio constó de tres fases: en la primera de ellas se recogieron datos de identificación y respuestas abiertas sobre las cuestiones planteadas (tabla 5), de tal forma que en las rondas segunda y tercera se evaluó el consenso a partir de las ideas que los propios participantes aportaron previamente. El análisis de contenido de las preguntas de respuesta abierta se realizó con NVIVO, mientras que las variables cuantitativas (escala 1 a 10) se analizaron con SPSS Statistics. Se estableció un criterio de consenso del 80% en respuestas de tipo dicotómico en la primera ronda y un rango intercuartílico relativo<sup>1</sup> menor o igual a 0,40 en la segunda y tercera ronda.

#### 4. Resultados

En primer lugar, se trató de averiguar si el documental interactivo, tras el auge experimentado en la última década, es considerado una moda pasajera. El 83,3% de los participantes consideran que no lo es, pues la interactividad es una cualidad propia de la nueva ecología de los medios, inherente a la red y positiva, en el sentido en que da mayor profundidad a la narrativa. Igualmente, la mayoría considera

<sup>1</sup> RIR = (Q3-Q1)/Q2



que las narrativas inmersivas —tras superar la ola de la realidad virtual a partir del año 2016— tampoco es un formato transitorio, pues la inmersión está vinculada a la experiencia y eso resulta relevante para los usuarios, según argumentan los expertos. Pese a la reconocida efimeridad de las tecnologías, sostienen que tanto el documental interactivo como las modalidades inmersivas tienen posibilidades de adaptarse a las diferentes técnicas del momento, lo que ayudará en la persistencia del relato documental y la búsqueda de la inmersión en el contexto digital en el futuro próximo.

#### 4.1. La influencia de las tecnologías

Respecto al impacto de la tecnología en la evolución de la no ficción interactiva, se seleccionaron los avances tecnológicos señalados por al menos dos participantes en la primera ronda para ser evaluados en la segunda, tanto en lo referente a la última década como a las proyecciones para la década futura.

Cuatro ítems alcanzaron el nivel de consenso sobre la influencia de la tecnología en la no ficción interactiva durante los últimos diez años (tabla 6). La evolución de la Web es el elemento más influyente según los expertos. Este periodo coincide con la llegada del HTML5 y las mejoras en la integración de recursos multimedia, las bibliotecas Javascript —webGL, D3.js—, el protagonismo del *parallax scrolling* y la implementación de visualizaciones de datos interactivas. A continuación, en un nivel alto de valoración, se señalan el *smartphone* y el *hardware*; la popularización del dispositivo móvil como elemento central de la comunicación, el desarrollo de nuevos aparatos de captura y la mejora de rendimiento de los ordenadores han facilitado tanto la producción como la distribución y el consumo de productos digitales interactivos. Por último, el cuarto elemento es la conectividad, representada por los avances en banda ancha y cobertura 3G y 4G.

Seis ítems alcanzaron el nivel de acuerdo sobre el impacto esperado de la tecnología en los próximos diez años (tabla 7). La evolución de la Web y de Internet es el aspecto más prometedor, junto al desarrollo de la inteligencia artificial. En un

**Tabla 6.** Tecnologías influyentes en los últimos 10 años para la no ficción interactiva

	M	Me	RIQ	RIR
Web	8,70	9,00	0	0,00
Smartphone	8,50	9,00	2	0,22
Hardware	8,10	8,50	2	0,24
Conectividad	7,60	8,00	3	0,38

Fuente: elaboración propia.

segundo nivel, los participantes han situado la conectividad —el 5G está siendo habilitado y amplía su aplicación potencial— y el *machine learning*, siendo ambas categorías las de mayor consenso en este bloque. Respecto a las tecnologías inmersivas, la realidad aumentada presenta mayor desarrollo futuro que la realidad virtual, donde apuntan a un impacto moderado.

**Tabla 7.** Tecnologías influyentes en los próximos 10 años para la no ficción interactiva

	M	Me	RIQ	RIR
Conectividad	8,50	8,00	1	0,13
Machine learning	8,30	8,00	1	0,13
Inteligencia artificial	8,90	9,00	2	0,22
Web e Internet	9,00	9,00	2	0,22
Realidad virtual	6,40	6,00	2	0,33
Realidad aumentada	7,50	7,50	3	0,40

Fuente: elaboración propia.

#### 4.2. Diez años experimentando con el documental interactivo en los medios

Para la identificación del aprendizaje adquirido durante la última década, se recopilaban las ideas aportadas en la primera ronda y se evaluó el grado de consenso en las dos rondas siguientes. Una de las ideas principales, que afecta a la concepción del proyecto, es que los formatos interactivos se deben entender como una conversación en lugar de un discurso (tabla 8). Esta condición refleja la importancia de la interactividad desde el propio diseño, así como la consideración de un usuario activo. De la misma forma, el panel de expertos indica que es necesario guiar al usuario en vez de abrumarlo con libertad, una medida necesaria para evitar el abandono prematuro; de hecho, manifiestan haber descubierto que el usuario medio no llega al final de la historia.

El conocimiento de la audiencia de la no ficción interactiva ha sido un área donde creadores y productores han encontrado respuestas. El estudio ha detectado acuerdo respecto a dos dimensiones que refuerzan la posibilidad de que el usuario interactúe: su interés por el tema que aborda la obra y su empatía hacia la historia y los personajes.

En esta sección se incluye el análisis de la contribución del *webdoc* en los medios, uno de los espacios de comunicación donde más ha proliferado durante los últimos diez años. Nuevamente, se tomaron las ideas relacionadas en la primera ronda y se evaluaron en las dos siguientes. Durante este proceso se alcanzó consenso en un total de ocho, de las cuales seis son puntos a favor del uso de este formato en los medios.

**Tabla 8.** Aprendizaje adquirido en la experimentación con documental interactivo

	M	Me	RIQ	RIR
La empatía refuerza la interacción	7,88	7,50	2	0,27
El interés refuerza la interacción	7,75	7,50	2	0,27
Es necesario guiar al usuario	7,80	8,50	3	0,35
Conversación en lugar de discurso	7,90	8,00	3	0,38

Fuente: elaboración propia.

La razón con mayor valoración es que ayuda a las personas a comprender a base de experimentar, una idea muy vinculada a otra de las que lograron un alto nivel de consenso: el *engagement* del usuario conduce a una lectura más activa en comparación con la forma tradicional de leer noticias. Además, consideran que el documental interactivo permite un acceso personalizado a gran volumen de información con múltiples capas de profundidad.

Por tanto, la contribución principal de este formato en el contexto informativo (tabla 9) reside en ofrecer un canal diferente de aproximación a la realidad. Según los participantes en el panel, crea una experiencia inmersiva fomentando la empatía y la curiosidad. La apertura de esa nueva ventana a lo real se articula a través de la interactividad, cualidad que empodera al usuario, según los expertos. Desde una perspectiva estratégica en los medios, reconocen que el documental interactivo facilita además llegar a nuevas audiencias.

**Tabla 9.** Contribuciones del *webdoc* en el contexto de los medios

	M	Me	RIQ	RIR
Volumen de info. y profundidad	8,13	9,00	1	0,11
Comprender experimentando	8,60	8,50	1	0,12
Formación necesaria de los periodistas	8,10	8,00	2	0,25
Inmersión: empatía y curiosidad	8,00	8,00	2	0,25
<i>Engagement</i> y lectura activa	7,80	8,00	2	0,25
Nuevas audiencias	7,50	8,00	2	0,25
La interactividad empodera	7,30	7,00	2	0,29
Herramientas abiertas son necesarias	7,80	8,00	3	0,38

Fuente: elaboración propia.

No obstante, se identifican también puntos débiles en el uso del documental interactivo en los medios de comunicación, principalmente debido a la falta de recursos específicos. Por una parte, consideran necesaria la formación de periodistas con competencias y especialización en formatos interactivos. Además, se necesitan más herramientas abiertas para la producción y la colaboración entre medios y desarrolladores. Ambas afirmaciones se relacionan directamente con la demanda de un perfil profesional actualizado y multidisciplinar para diseñar y ejecutar los proyectos interactivos.

### 4.3. La búsqueda de un modelo de negocio

Los participantes en el Delphi señalaron en la primera ronda que existe una dificultad moderada ( $M= 6,42$ ) para conseguir recursos. En las rondas siguientes se sometieron a valoración las razones que encuentran para invertir o no hacerlo en la producción de interactivos (tabla 10), de las cuales cinco lograron el nivel de consenso establecido.

Entre los motivos de mayor consenso y valoración para apostar por los interactivos de no ficción, consideran que la experimentación con nuevos formatos es necesaria y la vinculación de la obra con su entorno, estableciendo un impacto en su contexto social, refuerza la motivación para emprender este tipo de proyectos. También relacionan argumentos en base a su utilidad y oferta estratégica adaptada al momento actual: son formatos que incentivan nuevas alfabetizaciones mediáticas y su demanda es cada vez mayor.

Sin embargo, las dificultades que limitan su desarrollo giran en torno a una idea central: no hay certezas sobre su rentabilidad. Los expertos consultados aportan algunas razones que sostienen dicha afirmación, aproximándose al nivel de consenso esperado: la dificultad de las grandes empresas, medios e instituciones para adaptarse a la producción de estos formatos, el desinterés de las mismas por innovar con proyectos de no ficción interactiva y el alto riesgo de perder la inversión.

**Tabla 10.** Factores influyentes en la inversión para producción de no ficción interactiva

	M	Me	RIQ	RIR
Vinculación e impacto social	7,50	7,50	1	0,13
Experimentación	7,26	8,00	1	0,13
Demanda creciente	6,50	6,50	2	0,31
Nuevas alfabetizaciones	7,50	7,50	3	0,40
Incerteza sobre la rentabilidad	7,38	7,50	3	0,40

Fuente: elaboración propia.

Ante el interrogante «¿Existe un modelo sostenible para la producción de no ficción interactiva actualmente?», la respuesta generalizada es que no se conoce. Según sus aportaciones, se identifican cuatro factores que pueden influir en la sostenibilidad de la producción y se ordenan atendiendo a la moda y la tabla de frecuencias (tabla 11). El primero de ellos es asegurar que su valor se multiplica —prolongando su vida útil en diversas formas y soportes, reutilizando componentes tecnológicos para obras posteriores, integrando múltiples plataformas y empleando el producto como una puerta de acceso a otro contenido o infraestructura—. El segundo de los caminos es la explotación comercial, bien sea a través del pago, en paquetes de contenido *premium* o por suscripción. La búsqueda de apoyo y difusión a través de premios, festivales y convocatorias públicas y privadas es la tercera vía señalada. Por último, la resistencia de un movimiento independiente, que desarrolla proyectos de menor tamaño y coste, es la cuarta opción para lograr un modelo sostenible.

**Tabla 11.** Factores influyentes en la búsqueda de un modelo sostenible

	Mo	Frecuencias			
		1	2	3	4
Valor multiplicado	1ª	3	3	1	2
Explotación comercial	2	1	4	3	1
Premios y convocatorias	1ª	3	1	3	2
Movimiento independiente	4	2	1	2	4

<sup>a</sup> Ante la presencia de múltiples modas en un mismo ítem, se muestra el valor más pequeño por defecto y se establece el orden de los factores en base a la tabla de frecuencias.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.4. Descubriendo la audiencia de los interactivos de no ficción

El medio digital facilita la recopilación de información sobre los usuarios, por lo que en no ficción interactiva también se elaboran estudios de audiencia —un 83% de los expertos aseguran haberlo hecho—, principalmente a través de métricas del sitio web, valoraciones en las *app stores* o monitorización de las redes sociales. No obstante, también emplean técnicas como la entrevista y la encuesta, los grupos de discusión, los talleres y el test de usuario.

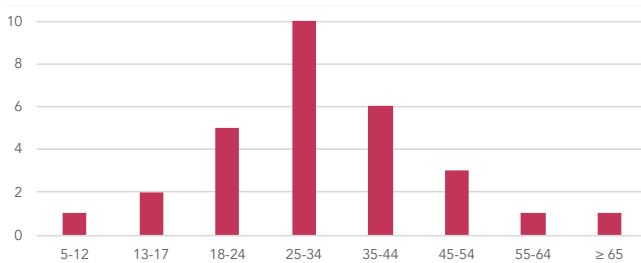
¿Existe una audiencia dispuesta a dedicar tiempo a estos formatos interactivos, a interactuar y participar? Diez de los doce participantes responden afirmativamente y aluden a la necesidad de una experiencia interesante, donde la introducción y el diseño son factores relevantes. Cuestionados sobre el método para valorar el éxito de un proyecto de no ficción interactiva, enumeran diez parámetros<sup>2</sup>:

<sup>2</sup> La enumeración no representa un orden por relevancia o por otro criterio.

1. Métricas: tiempo consumido, visitas, clics, usuarios únicos.
2. Análisis del comportamiento del usuario: qué hacen los usuarios, cómo interactúan.
3. Alcance de los objetivos del proyecto y de la organización que lo promueve.
4. *Engagement*: socialización, participación, interacciones.
5. Repercusión en festivales y premios recibidos.
6. Repercusión en prensa y redes sociales.
7. Ingresos económicos obtenidos.
8. Alcance de una audiencia diversa.
9. Alcance de una audiencia internacional.
10. Valoración a través de métodos cualitativos: *focus group*, observación, entrevista, etc.

A partir de las ideas aportadas en la primera ronda por el panel en referencia al aprendizaje adquirido sobre su audiencia, la evaluación posterior dio lugar a dos características de consenso. Se trata de una audiencia de nicho, pequeña en tamaño pero de alto valor; y, para alcanzarla, se deben emplear varias plataformas de distribución. Respecto al rango de edad más frecuente en la audiencia de los proyectos interactivos de no ficción en los que el panel ha participado, la mayor parte sitúa su público entre los 25 y 34 años, como se muestra en la figura 1.

**Figura 1.** Franjas de edad (en años) de la audiencia de formatos interactivos



**Tabla 12.** Características identificadas sobre la audiencia

	M	Me	RIQ	RIR
Audiencia de nicho	7,70	8,00	2	0,25
Distintas plataformas de distribución	7,90	7,50	3	0,40

Fuente: elaboración propia.

## 5. Discusión

La no ficción interactiva ha estado ligada indiscutiblemente al desarrollo tecnológico, pues ha aprovechado las posibilidades que han ofrecido los distintos sistemas desde los dispositivos ópticos hasta Internet. El impacto de la tecnología afecta, primeramente, a las técnicas de las que dispone el creador para representar la realidad. Desde las funciones selectivas más básicas hasta los proyectos colaborativos y personalizados más sofisticados, el relato de lo real ha trazado un camino paralelo a la tecnología que emprende ahora la etapa de las narrativas expandidas —interactivas, inmersivas, transmedia, gamificadas, automatizadas...—. Las formas de expresión se han transformado y, en el caso de la no ficción interactiva, es especialmente notable en el documental y el periodismo. Narrativa y formato han adoptado nuevas funciones para enriquecer la experiencia de aproximarse a lo real y, de esta forma, establecer nuevas relaciones entre creadores, usuarios y la propia realidad representada.

La influencia tecnológica ha sido reconocida en el panel de expertos, quienes consideran que la Web, las infraestructuras de acceso y conectividad, así como los dispositivos —*smartphones* y mejoras del *hardware*— son los factores principales con efecto en la evolución de la no ficción interactiva. En los últimos años del pasado siglo, la cinematografía documental y los medios digitales cruzaron sus caminos y comenzaron las primeras experimentaciones. A partir del año 2000, emergen el *webdoc* y el reportaje multimedia, con destacados ejemplos ya mencionados. En los últimos diez años, las narrativas de no ficción para el medio digital han estado protagonizadas por la evolución de dichos formatos, integrando recursos multimedia e interactivos en proyectos y medios de todo el mundo. Ha sido una etapa próspera, muy vinculada a los avances de la Web —HTML5, bibliotecas Javascript, etc.— y a las mejoras en el acceso a la red. Sin embargo, a partir de 2015 se produce un giro hacia las narrativas inmersivas, impulsado por el afloramiento de una ola de realidad virtual. Nuevamente, la tecnología del momento ha promovido un cambio estratégico en creadores y productores.

Al margen de la etiqueta específica que se emplea, en todas ellas hay lugar para la no ficción, para el relato de la realidad. La representación del mundo, de sus personajes, sus historias y sus lugares ha sido y seguirá siendo relevante independientemente de la tecnología empleada. El interés se mueve entonces hacia la identificación de la naturaleza intrínseca del relato y de los efectos de una determinada aplicación tecnológica. No obstante, van quedando rastros de las diferentes etapas y, así, al menos tres que son inseparables de las narrativas digitales contemporáneas: (1) control: selección, decisión, personalización; (2) interacción y participación; (3) inmersión.

De cara al futuro, se espera un impacto sostenido de la evolución de la Web e Internet, como ya ha ocurrido en el pasado. El horizonte 5G de la comunicación móvil

se aproxima e implica una mejora de prestaciones que, junto a la automatización, ofrecerá un nuevo escenario para la representación de la realidad. Como también se espera de la realidad aumentada que, por su propia concepción, permitirá una vinculación más fluida del entorno real y la información virtual, abriendo interesantes oportunidades para la no ficción interactiva.

El documental interactivo, como ejemplo singular de la no ficción interactiva, ha logrado llegar a diversos espacios. En los medios ha contribuido como método renovado para informarse y para alcanzar nuevos públicos. Como formato interactivo, debe alimentar la conversación en lugar de ejecutarse como un discurso, siguiendo la naturaleza propia de Internet, definido como una máquina de conectar y como una conversación (Jarvis, 2019). La interactividad cede control y concede oportunidad de acción, en un marco de libertad guiada, manteniendo el interés y generando empatía.

El futuro de la no ficción interactiva está condicionado por la existencia de perfiles profesionales con conocimientos transversales y formación especializada para desarrollar proyectos multimedia complejos, así como dominio de las herramientas de creación y de colaboración entre diferentes equipos técnicos.

Sin embargo, la mayor dificultad reside en la sostenibilidad de la producción. Su rentabilidad es incierta, aunque se identifican motivos suficientes para apostar por los formatos interactivos —desde la experimentación al impacto social—. Multiplicar su valor, explotarlo comercialmente, participar en premios y convocatorias, o resistir en el movimiento independiente son las cuatro vías identificadas. Sin embargo, no es tarea sencilla, pues no se ha descubierto un modelo de negocio sostenible.

El conocimiento progresivo de la audiencia y la valoración del impacto de estos productos ayudará también a establecer objetivos y ajustar la oferta. Se trata de una audiencia de nicho, segmentada, con interés alto y, por tanto, de valor. La expansión de plataformas contribuye a una mejor distribución y al alcance de los usuarios potenciales.

La medición del éxito en este ámbito no se reduce a un número —de consumidores, de clics, de interacciones sociales—. Durante esta etapa de experimentación permanente, la razón innovadora se agota, porque otras tecnologías y plataformas aparecen. Ante ese horizonte, la apuesta debe estar apoyada en la investigación de las preferencias y los comportamientos de las audiencias. El diseño de objetivos previos se vuelve fundamental para evaluar el éxito y las expectativas cumplidas.

## **6. Conclusiones**

La visión de creadores, productores y responsables de innovación y área digital en medios de comunicación permite identificar los pasos clave dados en la producción de no ficción interactiva y plantear sus desafíos inmediatos. La influencia de



la tecnología es determinante en algunos aspectos y, por ello, se ha explorado su aplicación en las últimas décadas. No obstante, su madurez y perfeccionamiento facilitará la evolución de la no ficción interactiva, junto a la popularización de dispositivos —y que estos ofrezcan una buena experiencia, con contenido de calidad e interés—.

La experimentación, especialmente en torno al documental interactivo, ha dejado diversos aprendizajes que serán útiles para futuras innovaciones narrativas, como la necesaria búsqueda de empatía, interés y conversación. El estudio y el descubrimiento de las nuevas audiencias arrojan respuestas a través de abordajes cuantitativos y cualitativos para valorar su experiencia y evaluar las expectativas de éxito planteadas para cada proyecto. Se trata de una audiencia joven-adulta y de nicho, que hay que alcanzar a través de múltiples plataformas.

Sin embargo, la dificultad principal para la consolidación de estos formatos es la ausencia de un modelo de producción sostenible y rentable. Se trata de una fase temprana, con algunos casos interesantes para el estudio y para demostrar el potencial del medio interactivo, pero sin llegar a expandirse de forma generalizada. Frente a la volatilidad de las plataformas y las tecnologías —en cierta forma efímeras—, los formatos de no ficción interactiva muestran una buena capacidad de adaptación y la industria manifiesta un aprendizaje a partir de la experimentación.

Interactividad e inmersión, como cualidades destacadas de la representación de lo real en los medios interactivos, seguirán situándose entre las metas de los relatos, independientemente de la tecnología del momento. Asimismo, la demanda de un perfil profesional actualizado y multidisciplinar para diseñar y ejecutar los proyectos interactivos evidencia el interés por la producción de estos formatos.

La incierta viabilidad de la producción, dado su alto coste y especialización, se ve compensada por un interés visible por la experimentación y la búsqueda de caminos alternativos para contar historias de lo real, en las que características como la inmersión, la empatía y el carácter transmedia refuerzan el impacto de unos formatos que tienen ventajas reconocidas. Son numerosos los interrogantes pendientes, especialmente en lo que respecta a la adaptación de la no ficción a las tecnologías del futuro, así como la identificación de un modelo de producción sostenible. El equilibrio puede llegar vinculado a herramientas y lenguajes más accesibles y con menores requisitos técnicos, profesionales especializados en tecnología aplicada a la creatividad narrativa, diseño adaptado a las plataformas y los soportes más populares, así como propuestas renovadas para la comercialización o la financiación de productos, por ejemplo, a través de convocatorias que apuesten por proyectos o modelos sostenibles. El estado cambiante del escenario comunicativo definirá finalmente la evolución de la no ficción interactiva, aunque no cabe duda de su potencial y del aprendizaje adquirido en su primera fase exploratoria.

## 7. Agradecimientos

Este artículo se ha elaborado en el marco del proyecto «Cibermedios nativos digitales en España: formatos narrativos y estrategia móvil» (RTI2018-093346-B-C33), del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), así como forma parte de las actividades promovidas del grupo de investigación Novos Medios (GI-1641), apoyado por el Programa de Consolidación e Estructuración de Unidades de Investigación Competitivas da Xunta de Galicia (ED431B 2017/48). El autor Jorge Vázquez-Herrero es beneficiario del programa de Formación do Profesorado Universitario financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (Gobierno de España).

El autor agradece la participación y el compromiso del panel de expertos, así como la colaboración de Kate Nash (University of Leeds) en el diseño del estudio Delphi.

## 8. Referencias

Al Muzayyen, Khalil y Elmaliah, Robin (2009). *Gaza Sderot*. Consultado el 20 de noviembre de 2019 en <http://gaza-sderot.arte.tv>

Aston, Judith; Gaudenzi, Sandra (2012). Interactive documentary: setting the field. En: *Studies in Documentary Film*, vol. 6, nº2. Bristol: Intellect, 125-139. doi: 10.1386/sdf.6.2.125\_1

Barthes, Roland (1966). Introduction à l'analyse structurale des récits. *Communications*, nº8. París: École des Hautes Études en Sciences Sociales, 1-27.

Bollendorff, Samuel; Colo, Olivia (2009). *The Big Issue*. Consultado el 20 de noviembre de 2019 en <http://www.honkytonk.fr/index.php/thebigissue-fr>

Bollendorff, Samuel y Ségrétin, Abel (2008). *Journey to the End of Coal*. Consultado el 20 de noviembre de 2019 en <http://www.honkytonk.fr/index.php/webdoc/>

Branch, J. (2012). Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek. Consultado el 20 de noviembre de 2019 en <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html>

Brault, Philippe; Dufresne, David (2010). *Prison Valley*. Consultado el 20 de noviembre de 2019 en <http://prisonvalley.arte.tv>

Chillón, Albert (1999). *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Choi, Insook (2009). Interactive Documentary: A Production Model for Nonfiction Multimedia Narratives. En: Nijholt, Anton; Reidsma, Dennis; Hondorp, Hendri (eds.). *Intelligent Technologies for Interactive Entertainment, LNICST, 9*. Ámsterdam: Springer.

Cizek, Katerina (2010-2015). *Highrise*. Consultado el 20 de noviembre de 2019 en <http://highrise.nfb.ca>

Cucinelli, Giuliana; René-Véronneau, Émilie; Oldford, Belinda (2018). Interactive documentaries and the connected viewer experience: Conversations with Katerina Cizek, Brett Gaylor, Jeff Soyk, and Florian Thalhofer. En: *First Monday*, vol. 23, n°5. Montgomery: Alabama Public Service Commission. doi: 10.5210/fm.v23i5.6182

De la Peña, Nonny; Weil, Peggy; Llobera, Joan; Giannopoulos, Elias; Pomés, Ausiàs; Spanlang, Bernhard; Friedman, Doron; Sánchez-Vives, María V.; Slater, Mel (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. En: *Presence*, vol. 19, n°4. Cambridge: MIT Press, 291–301. doi: 10.1162/PRES\_a\_00005

Domínguez, Eva (2013). *Periodismo inmersivo. La influencia de la realidad virtual y del videojuego en los contenidos informativos*. Barcelona: Editorial UOC.

Dovey, Jon (2017). Who wants to become banal?: the i-doc from experiment to industry. En: Aston, Judith; Gaudenzi, Sandra y Rose, Mandy (eds.). *i-Docs: The Evolving Practices of Interactive Documentary*. Nueva York: Columbia University Press.

Favero, Paolo (2013). Getting our hands dirty (again): Interactive documentaries and the meaning of images in the digital age. En: *Journal of Material Culture*, vol. 18, n°3. Londres: SAGE, 259–277. doi: 10.1177/1359183513492079

Ferrer Conill, Raúl (2016). Points, badges, and news. A study of the introduction of gamification into journalism practice. En: *Comunicació*, vol. 33, n°2. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 45–63. doi: 10.2436/20.3008.01.148

Forceville, Charles (2017). Interactive documentary and its limited opportunities to persuade. En: *Discourse, Context & Media*, n°20. Ámsterdam: Elsevier, 218–226. doi: 10.1016/j.dcm.2017.06.004

García-Ortega, Alba y García-Avilés, Jose-Alberto (2018). Los newsgames como estrategia narrativa en el periodismo transmedia: propuesta de un modelo de análisis. En: *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 9, n°1. Alicante: Universidad de Alicante, 327–346. doi: 10.14198/MEDCOM2018.9.1.19

Gartner (2019). Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies 2019. Consultado el 29 de diciembre de 2019 en <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/5-trends-appear-on-the-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies-2019/>

Genette, Gérard; Ben-Ari, Nitsa; McHale, Brian (1990). Fictional Narrative, Factual Narrative. En: *Poetics Today*, vol. 11, n°4. Tel-Aviv: Universitat Tel-Aviv, 755–774.

Gifreu, Arnau (2013). *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Barcelona: Editorial UOC.

Gifreu-Castells, Arnau (2015). Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa. En: *Obra Digital*, n°8. Barcelona: Universitat de Vic y Universidad del Azuay, 14–39.

Gifreu-Castells, Arnau (2017). Estrategias participativas y colaborativas en la narrativa factual. En: *Obra Digital*, nº 12, 7–11.

Green, David P.; Bowen, Simon; Hook, Jonathan y Wright, Peter (2017). Enabling Polyvocality in Interactive Documentaries through “Structural Participation”. En: Mark, Gloria y Fussell, Susan (eds.). *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '17* (pp. 6317–6329). Nueva York: ACM Press. doi: 10.1145/3025453.3025606

Green, Melanie C. y Jenkins, Keenan M. (2014). Interactive Narratives: Processes and Outcomes in User-Directed Stories. En: *Journal of Communication*, vol. 64, nº3. Oxford: Oxford University Press, 479–500. doi: 10.1111/jcom.12093

Jarvis, Jeff (2019). Post media. *IAMCR Conference*. Consultado el 29 de diciembre de 2019 en <https://iamcr.org/madrid2019/presentation-jeff-jarvis-iamr2019>

Jenkins, Henry (2001). Convergence? I diverge. Consultado el 29 de diciembre de 2019 en <https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/>

López-García, Xosé (2018). Panorama y desafíos de la mediación comunicativa en el escenario de la denominada automatización inteligente. En: *El profesional de la información*, vol. 27, nº4. Barcelona: EPI, 725–731. doi: 10.3145/epi.2018.jul.01

Mendes, Jeremy y Allison, Leanne (2012). *Bear 71*. Consultado el 20 de noviembre de 2019 en <http://bear71.nfb.ca>

Miller, Carolyn H. (2014). *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Burlington: Focal Press.

Moskowitz, Ben (2017). Look who's watching: what storytellers can learn from privacy and personalisation. En: Aston, Judith, Gaudenzi, Sandra y Rose, Mandy (eds.). *i-Docs: The Evolving Practices of Interactive Documentary*. Nueva York: Columbia University Press.

Nash, Kate (2012). Modes of interactivity: analysing the webdoc. En: *Media, Culture & Society*, vol. 34, nº2, 195–210. doi: 10.1177/0163443711430758

Nash, Kate (2014). Strategies of interaction, questions of meaning: an audience study of the NFBs Bear 71. En: *Studies in Documentary Film*, vol. 8, nº3. Bristol: Intellect, 221–234. doi: 10.1080/17503280.2014.958904

Nash, Kate (2017). i-Docs and the documentary tradition: exploring questions of engagement. En: Aston, Judith, Gaudenzi, Sandra; Rose, Mandy (eds.), *i-Docs: The Evolving Practices of Interactive Documentary*. Nueva York: Columbia University Press.

Nisi, Valentina (2017). The changing panorama of interactive storytelling: a review from locative to transmedia. En: *Doc On-line*, special issue. Covilha: Universidade da Beira Interior, 109–130. doi: 10.20287/doc.esp17.dt02

- O'Flynn, Siobahn (2012). Documentary's metamorphic form: Webdoc, interactive, transmedia, participatory and beyond. En: *Studies in Documentary Film*, vol. 6, n°2. Bristol: Intellect, 141–157. doi: 10.1386/sdf.6.2.141\_1
- Reguant-Álvarez, Mercedes y Torrado-Fonseca, Mercedes (2016). El método Delphi. En: *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, vol. 9, n°1. Barcelona: Universitat de Barcelona, 87–102. doi: 10.1344/reire2016.9.1916
- Renov, Michael (1993). *Theorizing Documentary*. Nueva York: Routledge.
- Sizemore, J. Hunter; Zhu, Jichen (2011). Interactive Non-Fiction: Towards a New Approach for Storytelling in Digital Journalism. En: Si, Mei et al. (eds.). *ICIDS 2011: Interactive Storytelling, LNCS, 7069*. Berlín: Springer.
- Scolari, Carlos (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- VanHorn, Shannon B. (2018). Communication and Future Studies. En: Allen, Mike (ed.). *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*. Thousand Oaks: SAGE
- Vázquez-Herrero, Jorge y Gifreu-Castells, Arnau (2019). Interactive and Transmedia Documentary: Production, Interface, Content and Representation. En: Túnuez-López, Miguel et al. (eds.). *Communication: Innovation & Quality*. Cham: Springer. doi: 10.1007/978-3-319-91860-0\_8
- Vázquez-Herrero, Jorge y López-García, Xosé (2019). When media allow the user to interact, play and share: recent perspectives on interactive documentary. En: *New Review of Hypermedia and Multimedia*. Londres: Taylor Graham. doi: 10.1080/13614568.2019.1670270

