

EI AUGES DEL PERIODISMO NARRATIVO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Juan Antonio García Galindo

Antonio Cuartero Naranjo

Universidad de Málaga

Colloque International: Les revues-livres ou mooks :

espaces de renouveau du journalisme littéraire

1. Justificación

Entendemos por periodismo narrativo la utilización periodística de recursos retóricos y literarios, más cercanos a la descripción literaria, matizando y ampliando las posibilidades expresivas del periodismo y en particular de la información. Algunos autores atribuyen la denominación de periodismo literario a esto que decimos, así como otras calificaciones. En efecto, periodismo y literatura son dos ámbitos que conviven en zonas muy cercanas, y a veces superpuestas. Se influyen recíprocamente, en un ir y venir. Pero no ha sido hasta finales del siglo XX y principios del siglo XXI, cuando han comenzado a estudiarse de forma profunda cómo son las relaciones entre estas dos actividades.

Sabemos que todavía hoy, la calificación de periodismo como literario o narrativo puede suscitar algunas controversias, sin embargo, hoy más que nunca, en el estado actual del periodismo, necesitamos recurrir a nuevos paradigmas teóricos y a nuevos conceptos para intentar describir, analizar y estudiar, un fenómeno caracterizado por la ruptura de los corsés tradicionales que etiquetan el periodismo.

A nuestro entender, el periodismo narrativo incorpora enfoques y perspectivas nuevas que amplían el campo de visión y de análisis de los hechos, situaciones y acontecimientos de naturaleza periodística.

Desde el punto de vista del receptor, el periodismo narrativo se presenta como un nuevo abordaje de la información, como un nuevo enfoque de la misma, que nos permite conectar la subjetividad del emisor, con la objetividad del hecho informativo, en una interrelación creativa que no disminuye ni minusvalora el contenido de la noticia sino que la despliega y la enriquece. Esta ampliación del enfoque no es contraria a la objetividad¹, sino que aporta nuevos matices y perspectivas personales del propio periodista que permite generar una relación empática del lector con la narración misma.

¹ Somos conscientes de la controversia que también existe en torno al concepto de objetividad, en este texto, queremos utilizar este concepto entendiéndolo como la tendencia o búsqueda de la objetividad, cuya característica fundamental sean lograr la mayor veracidad y verosimilitud de la noticia.

Este “nuevo periodismo” nos presenta textos muy extensos, que superan ampliamente la extensión de cualquier información con la que estamos familiarizados. Este hecho, permite al periodista ofrecer una visión del acontecimiento profunda, rica en detalles, declaraciones y fuentes. En definitiva, estas características ofrecen al lector esa otra “cara” de la información, a la que no estamos habituados, ofreciendo una visión única y un punto de vista diferente.

Pero el periodismo narrativo también se presenta como una necesidad para abordar ciertas cuestiones en el estudio de la Comunicación, que antes no se han afrontado con la necesaria profundidad. Una de las aportaciones más destacadas del estudio del periodismo narrativo es la utilización de géneros periodísticos de menor presencia, como son el reportaje, la crónica, el perfil, o el reportaje novelado. Géneros que requieren más trabajo, más extensión, y por tanto se adecúan perfectamente a las necesidades de este tipo de textos.

Indudablemente esto provoca, que el periodista aporte a veces una visión más personal de los hechos, debido a las características intrínsecas de estos géneros, que permiten una mayor libertad de este tipo de recursos. El resultado son textos con una impronta más particular. Debido a estas particularidades, estos textos son mucho más costosos de realizar para las empresas comunicativas, y por tanto apenas tienen presencia en los medios de comunicación convencionales.

El periodismo narrativo ha buscado otras vías por las que salir adelante, e Internet se ha presentado como una de sus mejores herramientas, al posibilitar el nacimiento de abundantes revistas y editoriales especializadas (con presencia en digital y en papel) y catálogos de *ebooks*, que están experimentando un verdadero auge en el mundo del periodismo narrativo. También, están creciendo fuera de la red la publicación de grandes crónicas y reportajes en formato libro, sobre todo por el apoyo de editoriales como Debate que han creado colecciones específicas.

Internet ha sido una herramienta única y decisiva para la eclosión de este tipo de textos y además ha añadido una ventaja muy importante, que son las facilidades financieras a la hora de poner en marcha una de estas iniciativas en Internet, debido a sus bajos costes. La mayor parte de los proyectos que mencionaremos en nuestro análisis parten de esta forma, son emprendedores del mundo de la comunicación (periodistas, editores, diseñadores...) y también de fuera del entorno periodístico, que deciden iniciar un nuevo camino, debido a ciertos factores como la crisis o el descontento con los formatos informativos tradicionales.

2. Metodología y objetivos

2.1. Hipótesis

La hipótesis de la que partimos es el auge del periodismo narrativo gracias al desarrollo de Internet, que ha permitido abrir una vía de publicación y financiación para el avance de este tipo de textos, naciendo una gran cantidad de revistas, editoriales y organismos en torno a este fenómeno.

2.2. Objetivos

- Analizar el fenómeno del periodismo narrativo.
- Profundizar en los cambios que se han producido para que géneros más marginales estén teniendo una mayor presencia.
- Conocer qué presencia tiene el periodismo narrativo en la red.
- Investigar cuáles son las vías de publicación de estos textos en Internet

2.3. Metodología

En la presente investigación hemos utilizado la herramienta metodológica de análisis de contenido. Y para ello, siguiendo la línea de nuestra hipótesis y objetivos, vamos a analizar la presencia que tiene el Periodismo narrativo en la red. Hemos elegido cuatro formatos para analizar; las revistas digitales (con o sin presencia en papel), las editoriales especializadas, las colecciones de ebooks específicas de los periódicos, y las organizaciones en torno al periodismo narrativo.

En total son 4 fenómenos diferentes del periodismo narrativo. En los que analizamos que presencia tienen en la web estos formatos.

En las revistas:

- Autores que colaboran en las revistas
- Número de textos que publican al mes
- Tipo de géneros que utilizan
- La forma en la que se han originado estas empresas
- Presencia que tienen en las redes sociales
- El país de origen y su contexto
- Si están en la red o también existe una revista en papel
- Temáticas de los textos

En las editoriales

- Objetivo de su creación
- Autores que colaboran
- Catálogo de libros
- Si están disponibles en papel o solo ebooks
- Precio
- Presencia de las redes sociales

En los periódicos:

- Objetivos
- Catálogo
- Autores
- Precio

Organizaciones

- Objetivos
- Proyectos
- Autores

Debido a que el catálogo de proyectos que se enmarca dentro de nuestro análisis no es muy amplio, hemos analizado todo el universo, sin tener que hacer uso de una muestra. El criterio utilizado para acotar el universo de la investigación ha sido el objeto el de trabajar sobre aquellas publicaciones donde el periodismo narrativo sea la razón de ser de su creación o un tenga relevante dentro de ella. Generalmente en estas plataformas utilizan el término periodismo literario, aunque en los espacios de origen Latinoamericano es más habitual la utilización de periodismo narrativo, definiciones diferentes para un mismo fenómeno como ya se ha mencionado.

El Universo elegido quedaría de la siguiente forma:

12 revistas analizadas

- Gatopardo (Colombia)
- Etiqueta Negra (Perú)
 - Anfibia (Argentina)
 - Frontera D (España)
- Malpensante (Colombia)
 - Jot Down (España)
 - Soho (Colombia)
- Coroto (Estados Unidos “En español”)
 - Marcapasos (Venezuela)
 - Orsai (España-Argentina)
 - Diez 4 (México)
- Periodista de a pie (México)

Editoriales especializadas (Ebooks)

- Libros del K.O. (España) 24 ejemplares en el catálogo
- Ecícero (España), 19 libros en el catálogo

Colecciones de ebooks de periódicos

- El País (334 ejemplares)
- La Vanguardia (151 ejemplares)

Organizaciones

- Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano

3. Implantación del periodismo narrativo en la web

Actualmente, podemos señalar una serie aspectos en la forma que se está desarrollando el periodismo narrativo en Internet, tanto por los riesgos que corre este tipo de género como por los beneficios que se pueden obtener.

3.1. Riesgos del periodismo narrativo

- Son proyectos muy débiles y arriesgados. Como el caso de *Orsai* que explicaremos a continuación.
- Pueden estar destinados a lectores más específicos por la complejidad de sus temas.

- Estos trabajos suelen ser extensos, y necesitan la inmersión del periodista durante más tiempo, así como más recursos, por lo que el coste económico de estos textos es más elevado.
- Puede dar la sensación de ser textos hechos por periodistas para periodistas.
- Pese a Internet y su expansión, sigue siendo un género poco conocido.
- De momento Internet no ha conseguido una situación estable para mantener un tejido empresarial y profesional duradero.

3.2. Fortalezas del periodismo narrativo

- Son nuevas voces, diferentes e independientes.
- Son nuevos medios de comunicación.
- Se tratan temas fuera de la agenda de los medios.
- La utilización de géneros menos practicados como la crónica, el reportaje o los perfiles.
- Se prestan mayor atención a temas de carácter duro (conflictos, drogas, mafias, etc...).
- Ayudan a entender una realidad cada vez más compleja
- Se rompen los cánones tradicionales del periodismo a favor de la utilización de ciertas técnicas narrativas
- Se ve a la literatura como un medio donde aprender y mejorar el periodismo.

4. Análisis de la presencia del periodismo narrativo en la red

4.1. Revistas

Las revistas enfocadas al periodismo narrativo son uno de los pilares de la nueva emergencia de este fenómeno en España y Latinoamérica, aunque hay ciertas diferencias entre ambos entornos, en Latinoamérica la presencia de estas revistas es mucho más poderosa y con más años de recorrido. En España es todavía un fenómeno emergente.

Hemos elegido el mes de septiembre de 2013 para analizar estas revistas. Exceptuando la revista *Orsaí* que es bimensual y que comparte septiembre y octubre en el número analizado, en el resto nos hemos ceñido estrictamente a esas fechas.

En análisis se han detectado 49 textos² correspondiente a 54 autores (algunos textos están firmados por dos periodistas) del total de 11 revistas analizadas. Aunque hay casos como el de la revista *Diez 4*, en el que se ha detectado que en el número de septiembre no hay publicado ningún texto con las características que hemos postulado en nuestro análisis. La revista *Marcapasos*, no tuvo ninguna actualización en el periodo del análisis, y ha estado sin actualizar durante unos meses aunque recientemente ha vuelto a publicar. Pese a que no se

² Aunque solo hemos podido analizar 42 debido a que algunos textos están cerrados solo para la edición en papel.

han detectado textos en estas revistas en el periodo elegido, se han mantenido en el universo por su carácter de revistas de periodismo narrativo.

De los 42 textos analizados, la mayor parte de ellos se concentran en tres revistas: 9 están en *Etiqueta Negra*, 8 de *Frontera D* y 11 de *Jot Down*.

En el análisis de los géneros encontramos aspectos muy interesantes, por un lado el género más utilizado es el reportaje (17), seguido muy de cerca por la crónica (9), el perfil (6), y las entrevistas en profundidad (6). Aunque lo más relevante de este análisis es que de los 17 reportajes, 12 pertenecen a las dos revistas españolas analizadas *Jot Down* y *Frontera D*; y de las 9 crónicas, solamente 1 pertenece a estas revistas. La explicación de esta diferencia se debe a contrastes en el uso de los géneros entre el periodismo español y latinoamericano. La tradición periodística española ha sido más dada a géneros más cercanos a la opinión; como son la columna, el artículo o el retrato, y se han alejado de géneros con más exigencias informativas como son el reportaje y la crónica. Entre estos dos, el reportaje tiene mayor presencia (de ahí los resultados obtenidos), pero la crónica está casi desaparecida de nuestros medios de comunicación (Chillón, 1999: 356).

Se ha considerado que el formato en el que se presentan estas revistas, resulta muy revelador en el actual panorama comunicativo. De las 12 revistas, tan solo 3 apuestan por el formato digital (*Frontera D*, *Anfibia*, y *Marcapasos*) y el resto se reparte en digital y en papel. Es más, dentro de las revistas que conviven en los dos formatos, la forma de presentar sus textos en estos dos formatos son muy diferentes. Por un lado nos encontramos con el hecho de subir los contenidos libremente a la web al mismo tiempo que el papel, sin ningún tipo de restricción, caso de 6 revistas de las 9 que comparten papel y digital, como *Jot Down* o *Gatopardo*.

Otras publicaciones como *Orsai* o *Soho* apuestan por subir sus contenidos después de que salga la revista en papel, es decir, priman la edición papel sobre la digital. *Orsai* por ejemplo sube los contenidos a la web a los 15 días de que esta haya salido en papel.

Finalmente el tercer modelo apuesta por la revista en papel sobre la digital. En este caso la revista en digital se convierte en un mero soporte para dar a conocer la publicación y leer una pequeña muestra de sus textos. Así *Etiqueta Negra*, solo sube una parte del contenido a la web, un 30% aproximadamente, el resto de textos es inaccesible vía web, tanto en el periodo de publicación de la revista como de los números más antiguos. Solamente hay acceso a unos cuantos textos de cada ejemplar.

La supervivencia de la mayoría de estas revistas, sobre todo las que apuestan por los dos modelos se basan en las suscripciones y ventas de las revistas en papel, además de la publicidad. Los precios rondan entre los 10 y 15 euros, dependiendo del tamaño de la revista. Aunque dentro de esta estructura hay distintas formas de financiar la revista. *Orsai* ha hecho público en una de las últimas entradas de su blog (que más tarde eliminó) que su modelo de financiación se basaba en las suscripciones exclusivamente, ya que no incluyen publicidad, y que debido a la bajada de ésta en el último año, el proyecto les resultaba inviable económicamente. *Gatopardo*, por otro lado, incluye una gran cantidad de publicidad en sus revistas de grandes marcas, financiando la mayor parte de la revista con ésta. Aunque está el

caso de *Jot Down* que con sus 300 páginas y sus 15 euros, no incluye nada de publicidad, apostando su financiación en la compra de la revista, como el caso de *Orsai*.

Los temas que abordan los autores en estos textos son de los más variados: crimen organizado, música, televisión, deporte, ciencia, gastronomía. Aunque los que presentan un mayor número son los que tratan sobre un personaje (6), ya sean famosos o personas relevantes por alguna razón, y el análisis de situaciones concretas en países (3), o la investigación de asesinatos (2). Sin duda, hay una gran diversidad aunque los temas señalados que hemos destacado figuran entre los temas más usados en periodismo narrativo y que tienen una gran tradición en este tipo de obras.

La presencia de las redes sociales se ha considerado un ítem interesante de analizar para conocer la forma de relacionarse con el entorno digital y la forma que tienen de potenciar estos aspectos. Se ha analizado el número de seguidores y *El Malpensante* es uno de las revistas más activas, sobre todo en Twitter (casi 487.000 seguidores). Aunque en general todas las revistas son más activas en esta red social y tienen mayor número de seguidores, Facebook no tiene tanta actividad. Tras *El Malpensante* le siguen *Soho* y la española *Jot Down*.

La mayor parte de estas revistas tienen una cuenta corporativa desde la que funcionan, aunque *Frontera D* por ejemplo completa su presencia en la red con el perfil de su creador Alfonso Armada, y en el caso de *Orsai*, ésta no tiene un perfil corporativo sino que nos deriva al de uno de sus creadores, Hernan Casciari. En general las cuentas de Twitter y de Facebook se utilizan para promocionar sus contenidos. Hay excepciones como la española *Jot Down*, que aprovecha muchos de sus intervenciones en Twitter para comentar hechos de la actualidad diaria con un tono satírico y sarcástico. De todas formas, las redes sociales en estas revistas no cumplen otra función que la de promocionar sus productos, establecer un diálogo con sus lectores, pero sobre todo captar lectores a través de ellas.

Finalmente tenemos que exponer que de todas las revistas analizadas tan solo 3 de ellas se definen como revistas exclusivas de periodismo narrativo (o literario), y son *Anfibia*, *Gatopardo* y *Frontera D*. El resto de publicaciones se definen a sí mismas como revistas culturales o literarias.

En el caso de *Frontera D*, además, fomenta y busca una mejora en el trabajo periodístico, para ello dispone en su web de un manual de buenas prácticas periodísticas³, destinado a sus colaboradores.

Hay otros detalles destacables que también hemos encontrado en las revistas, aunque en este caso con un carácter negativo. Por ejemplo, observamos la ausencia en las versiones digitales de las fechas de creación de los textos en la mayor parte de las informaciones. Esto ocurre sobre todo con *Jot Down* y *Coroto*, no aparece su fecha de publicación, aunque por los comentarios de los usuarios se puede aproximar, nos parece un hecho muy grave que los textos no tengan una fecha de publicación y sea difícil saber cuándo ha publicado ese texto la revista.

³ <http://www.fronterad.com/?q=deontologia>

Destaca también un hecho positivo respecto de las revistas latinoamericanas (sobre las españolas), el orden en las secciones es más riguroso, así como la utilización de los géneros para denominar a cada texto. En las revistas latinoamericanas es muy usual encontrar que la sección donde se incluyen textos periodístico narrativos se denomine “Crónica”, como en el caso de *Anfibia*, o “Zona Crónica” en la revista Soho. En el caso de las publicaciones españolas, *Jot Down* y *Frontera D* utilizan una denominación de secciones más diferentes y originales, pero que para el usuario puede resultar confuso porque a veces no sabemos si lo que estamos leyendo es periodismo o literatura. La utilización de secciones más clásicas o coherentes no se debe entender como un signo poco novedoso, sino como una guía para llevar al lector y situarlo en su contexto.

Parece oportuno destacar algunas estrategias que usa la revista *Gatopardo* en su versión en papel para mantener la atención del lector en sus textos. Como se ha explicado una de las características principales del periodismo narrativo es su extenso tamaño. Esto puede provocar el cansancio del lector y la pérdida de su interés. *Gatopardo* utiliza una estrategia para no cansar o asustar al lector con un texto de muchas páginas, así sus principales crónicas se presentan divididas dentro de la revista, en una primera parte se lee la mitad, y la otra mitad se encuentra al final de la revista. Así da un descanso al lector, incluyendo en ese intermedio, información más corta y amena, y luego si el lector lo desea puede seguir la lectura de la crónica (en esta segunda parte no existen fotos).

No podemos olvidar señalar el fracaso o altibajos de dos de las revistas que hemos analizado. *Marcapasos* estuvo abandonada durante los meses del análisis, aunque desde inicios de 2014 ha retomado su actividad. El otro caso es *Orsai*, que ha anunciado que el número que hemos analizado septiembre-octubre, será el penúltimo. Como se ha añadido anteriormente, se trata de una publicación con dos formatos, papel y digital, y en las explicaciones que Hernan Casciari, su creador, dio durante su intervención en el TED (TEDxTalk, 2011), explicó las razones de la creación de *Orsai*. Está enfocada como revista en papel, y al no incluir ningún tipo de publicidad, solamente las suscripciones y compra de la revista eran la única forma económicamente viable de mantenerse. Explica en el video que su idea era crear “una revista imposible”, “la revista no tendría ni un centímetro de publicidad” “prometimos que la revista tendría la mejor calidad gráfica del mercado” y “prescindiría de todos los intermediarios posibles”. Para lograr esto, ajustan el precio dependiendo del país donde se compre acogiéndose a los precios de la prensa en esa zona (esto como comenta en el video, a veces les hacía perder dinero). Aunque en su conferencia explica cómo gracias a la comunidad de su blog consigue financiar y hacer viable el proyecto económico (esta conferencia es de 2011), dos años después, tras una caída en las suscripciones y el hartazgo o cansancio del proyecto, en la editorial de la revista número 15 comentan el cierre de ésta en el siguiente número. Sin duda, es un ejemplo paradigmático de cómo puede crearse una revista en papel hoy en día, con un modelo de negocio muy diferente, aunque se trata siempre de un proyecto arriesgado.

Como ya explicamos más arriba, son revistas diseñadas para un público muy exclusivo, con temas complejos y de larga lectura, en un panorama muy complejo y tremendamente diverso, por lo que el cierre de muchos de estos medios será algo frecuente a lo largo del tiempo. Las revistas que lograrán sobrevivir son aquellas apuesten por un periodismo de gran

calidad, basado en propuestas nunca vistas, en una marca propia, contenidos que consigan conectar con el lector y una continua renovación de propuestas, diseños y estructura.

En Francia y Bélgica ha surgido en los últimos años un fenómeno de similares características, pero singular, se trata de los Mooks -la palabra viene de la contracción entre *magazine* y *books* (Vanoost, 2013: 160)- un híbrido entre libros/revistas que abordan el periodismo narrativo, con un mayor protagonismo de la ilustración y del cómic en algunos casos (Vanoost, 2013: 141). Son proyectos trimestrales, que salen a la venta con un precio que ronda los 15 euros y se pueden encontrar en quioscos y librerías. Es un fenómeno muy reciente, el primer mook, *Le Tigre*, nace en 2008.

Francia se ha convertido en un referente de este fenómeno y consideramos que están marcando tendencia futura con este modelo en los países occidentales. Los mooks más relevantes en el panorama francés son *XXI*, *Feuilleton*, *Le Tigre*, *France Culture Papiers*, *Revue Dessinée*. También hay ejemplos de mooks en la Bélgica francófona como *24H01*.

Existe una estructura editorial previa muy consolidada y fuerte en Francia, que permite el nacimiento de estos fenómenos. En el caso español como hemos visto en el análisis de las revistas, apuestan mayormente por Internet, bien subiendo todo su contenido ahí o manteniendo los dos formatos, pero no hay ni un solo ejemplo de revistas españolas que solo apuesten sus contenidos por el papel. Esto se debe a una estructura editorial más débil que hace imposible este tipo de proyectos.

4.3. Editoriales especializadas

Es reseñable el análisis de dos nuevas editoriales independientes nacidas en España y enfocadas en la publicación de libros sobre periodismo narrativo. Éstas son: *eCícero* y *Libros del K.O.*, las primeras editoriales centradas exclusivamente en esta actividad.

eCícero se define a sí misma como una editorial de “libros electrónicos breves de no ficción”. Son interesantes estos dos términos en esta definición, por un lado la utilización de “breve”; como hemos observado en los libros de sus catálogos no sobrepasan las 70 u 100 páginas. Aunque no es el mismo formato que un libro físico, ya que no se pueden comparar las páginas de un *ebook* con las de un libro físico, si podemos decir que se trata de libros más pequeños que lo que se viene acostumbrando en la industria editorial. Por otro lado, utilizan la etiqueta de “no ficción”, es quizás una definición muy genérica, quizás derivada del término “Periodismo de no ficción”, pero tras analizar su catálogo y propuestas no hay duda que se trata de periodismo narrativo.

En el caso de la editorial *Libros del K.O.* su objetivo es mucho más concreto, por un lado son libros de una extensión más acorde a lo que un lector está acostumbrado, pero lo más importante es que su objetivo es “recuperar el libro como formato periodístico”, como explican en su presentación. Sin duda una propuesta valiente y muy interesante, ya que estamos acostumbrados a que el periodismo esté asentando en formatos como la radio, prensa, televisión o Internet, pero nunca se ha enfocado que el libro pueda ser también un formato, aunque a lo largo del siglo XX nos hemos encontrado numerosos ejemplos de

periodismo en formato libro de la mano de autores como Tom Wolfe, Gay Talese, Kyszada Kapucinski o Manuel Vázquez Montalbán por poner algunos ejemplos.

Ambas editoriales son muy parecidas en lo que se refiere a sus catálogos y autores. *eCícero* dispone de 20 autores y Libros del K.O 23. Y sus catálogos son muy similares, *eCícero* con 19 ejemplares hasta la fecha de análisis y Libros del K.O. con 24, difieren en los autores porque hay obras con dos autorías y otros autores que tienen varias obras publicadas en la editorial.

En cuanto a los géneros también hay una apuesta muy similar. En el caso de la editorial *Libros del K.O* todas las obras, a falta de un análisis exhaustivo, se presentan como crónicas, y en el caso de *eCícero* además de las crónicas también publica entrevistas en profundidad, en total 4.

La cuestión del formato quizás sea la más relevante e interesante del análisis de estas editoriales, pues en un principio *eCícero* surge centrada exclusivamente en el catálogo *ebook*, sin disponer de ningún libro en formato físico, pues es mucho más viable económicamente al no tener que disponer de una red de distribución. Actualmente solo dispone de 5 obras en los dos formatos y éstas se distribuyen en 15 librerías a lo largo de todo el territorio nacional.

En el caso de la editorial *Libros del K.O*, apostó por la convivencia de los dos formatos. Todas las obras las podemos encontrar tanto en papel o digital exceptuando una obra que solo está en papel, pero la distribución en papel al igual que ocurre con *eCícero* se limita a tan solo 9 librerías.

Sin duda aquí la apuesta por el *ebook* en estas dos editoriales es la única forma de ser rentable en la actual situación económica. Además de ofrecer una forma mucho más fácil de acceso al lector, ya que de centrarse en la producción de obras en papel la distribución para unas editoriales tan pequeñas sería un gran problema.

Respecto a los precios, *eCícero* es más barata aunque se entiende por la menor extensión de sus obras. Así uno de sus *ebook* cuesta de promedio en torno a los 2.99 euros y en papel 6.99 euros. La editorial *Libros del K.O*. vende sus ebooks desde 1 euro a los 8 euros y en papel desde los 8 a los 20 euros. Estas diferencias se deben sobre todo al tamaño de las obras.

La presencia en las redes sociales es escasa y poco relevante, y simplemente hacen promoción de sus novedades.

4.4. Colecciones de ebooks de periódicos

Siguiendo la estela de diarios como *The New York Times*, *The Guardian*, *The Washington Post*, *The New Yorker*, *The Boston Globe* (Redacción, 2011); *La Vanguardia* y *El País* se lanzaron en 2011 con un enorme catálogo de ebooks que rescataban sus principales y mejores textos periodísticos y literarios. Aunque la realidad que se encuentra es algo diferente

a este primer principio de lanzar sus mejores textos, dónde podríamos encontrar textos con las características del periodismo narrativo.

Hay que destacar un aspecto muy importante, la única forma de hacerse con alguno de estos ebooks es a través de la plataforma Amazon, ambos catálogos están alojados en ella y es imposible acceder por otra vía. Esto puede ocasionar ciertos problemas, pues para descargar el *ebook* se necesita del programa específico que Amazon tiene para ello, *Kindle Amazon*⁴. Cuando se hace la compra el *ebook* se descarga en este programa, y podemos acceder a él a través de un ordenador, tablet, smartphone o el propio lector electrónico de Amazon. El problema puede surgir si el usuario dispone de un libro electrónico diferente al Kindle de Amazon. En este caso le será imposible poder leer o acceder al *ebook* que ha comprado sin usar procedimientos no legítimos. Por lo que resulta contradictorio, ofrecer libros electrónicos, a los que se puede acceder desde cualquier plataforma exceptuando el libro electrónico (menos el del propio Amazon) que es el dispositivo diseñado exclusivamente para ello.

En cuanto al catálogo de *El País* dispone de más de 300 obras y *La Vanguardia* de más de 150 obras, divididas es una gran cantidad de secciones; arte, biografías, derecho, deporte, política, religión etc.

En general la mayor parte de los formatos que se usan son reportajes y entrevistas, sin embargo parte de estos ebooks al ser contenidos de los periódicos, y éstos al tener su hemeroteca abierta resultan fácilmente accesibles sin tener que pagar el precio por ellos, y tras su acceso y lectura podemos observar que es la mera reproducción de algunos reportajes. Algo contradictorio. Por otro lado también son demasiado cortos o pequeños para poder pedir por ellos cerca de un euro, por lo que quizás muy pocos usuarios puedan sentirse atraídos por sus contenidos.

En el caso de *El País*, hay un esfuerzo por aglutinar un conjunto de crónicas de guerra, entrevistas o reportajes sobre ciertos temas, o presentar ebooks con contenidos más densos. Pero en el caso de *La Vanguardia* a veces nos encontramos con meras reproducciones de reportajes que encontramos fácilmente en su hemeroteca. Evidentemente este no es el objetivo de crear una colección de ebooks potenciando el periodismo con ello, sería conveniente que el producto fuera de más calidad para el precio que se pide por ellos, además de ser necesaria una presentación más cuidada del mismo, para conseguir atraer a los lectores. Al final, sobre todo en el caso de *La Vanguardia*, estas colecciones se convierten en una mera reproducción de los contenidos del periódico en formato ebook.

De todos ellos y a falta de un análisis más profundo tan solo un pequeño grupo de textos podríamos considerarlo periodismo narrativo, sobre todo en el catálogo de *El País* dónde como hemos comentado hay una apuesta mayor por potenciar sus textos.

Los precios de los ebooks oscilan entre los 0,94 euros y los 2.50 euros.

Resulta curioso destacar que de las dos colecciones sólo *La Vanguardia* ofrece ebooks en otros idiomas del estado como el catalán.

⁴ Programa gratuito que puede descargarse desde la web de Amazon

4.4. Organizaciones

Las revistas y editoriales que hemos analizado se enraízan profundamente con uno de los organismos más activos y que más están contribuyendo a dar a conocer el periodismo narrativo en América Latina y España, esta es la Fundación Nuevo Periodismo. Esta nace en octubre de 1994 en Cartagena de Indias, Colombia. Nace con un carácter de contribuir a la mejora y excelencia del periodismo; entre sus cuatro líneas de trabajo destaca para nuestra investigación la siguiente:

Narración periodística: con el objetivo de estimular el “periodismo narrativo” e impulsar nuevas generaciones de autores periodísticos. Es decir el impulso del periodismo literario⁵

Su principal labor es la creación de seminarios, talleres y distintos encuentros con el objetivo de formar a periodistas de distintas disciplinas. Estos talleres se dan generalmente por periodistas de renombre, entre los que destacan muchos de los que publican en las revistas y editoriales antes analizadas como Alma Guillermoprieto, Alberto Salcedo Ramos, Julio Villanueva Chang o Leila Guerriero. Actualmente se han realizado más de 250 actividades en las que han participado más de 5000 personas.

Llevar a cabo una gran cantidad de proyectos, fruto de una frenética actividad. Entre ellos destacan la de potenciar la figura de maestros del periodismo entre los que como: Alma Guillermoprieto o Alberto Salcedo Ramos o grandes periodistas ya fallecidos como Ryszard Kapuściński, Tomás Eloy Martínez, Susan Rotker o Carlos Monsiváis, para que sirvan como referentes a las nuevas generaciones de periodistas. Han creado recientemente el “Premio Gabriel García Márquez de Periodismo”, o la Red Iberoamérica de Periodismo Cultural, con el objetivo de conformar una red de textos de periodismo cultural de gran calidad y proporcionar una relación entre periodistas de América Latina y España.

Otro de los proyectos en este sentido es la Red Ética Segura sobre los desafíos a los que se enfrenta el periodista actual en la era digital. Y finalmente Cosecha Roja, La red Latinoamericana de Periodismo Judicial, una red de periodistas judiciales para ayudarse en los problemas que enfrenta este tipo de periodismo especializado. Además del consultorio ético, donde a través de la web, periodistas o ciudadanos envían problemas éticos y un grupo de expertos a cargo del periodista Javier Darío Restrepo se encarga de responder.

Las publicaciones de biografías, crónicas o guías para periodistas también son otro de sus objetivos.

Se trata de un espacio que vive y se transmite a través de Internet, todo está subido a la red. En las redes sociales tienen una participación aceptable, en Twitter tienen 42.000 seguidores, y son bastante activos. Además utilizan Twitter para hacer un debate al que llaman “Tuitdebates” que son debates que se hacen a través de la red de *microblogging*, siguiendo un tema determinado y que luego son recopilados en la web a través de un *storify*.

⁵ <http://www.fnpi.org/fnpi/lineas-de-actuacion/>

Sin duda la Fundación Nuevo Periodismo se convierte en un vehículo propulsor de los autores y las obras que se están publicando a través de las revistas y editoriales que hemos analizado anteriormente. Además, de incentivar la formación y perfeccionamiento de los periodistas.

3. Conclusiones

El periodismo narrativo ha estado al margen de los medios de comunicación más convencionales, y en general, el público desconoce este tipo de textos. Sin embargo con el surgimiento de Internet, y las herramientas que ha proporcionado, ha provocado que el periodismo narrativo haya podido encontrar unas vías de expansión, difusión y publicación por las que penetrar en un público más amplio.

En el análisis que hemos realizado, se han elegido cuatro vías en las que se está desarrollando el periodismo narrativo: revistas, editoriales, colecciones de periódicos y organismos. Podemos concluir los siguientes aspectos.

En primer lugar hay que destacar cómo Internet ha flexibilizado el trabajo de los periodistas que escriben periodismo narrativo. Este tipo de textos, en general por su tamaño y el tiempo que necesita el periodista, siempre ha tenido unos costes muy altos y ha estado fuera de los medios de comunicación más convencionales. Con Internet, el periodista ha encontrado herramientas más asequibles con las que poder publicar sus textos, y por otro lado han surgido nuevos medios (como las revistas especializadas en periodismo narrativo) que sirven de plataforma para su difusión.

En la cuestión de los géneros periodísticos se ha comprobado que predominan la crónica y el reportaje. Géneros donde la extensión de los textos y el trabajo en profundidad permiten la utilización de más recursos literarios e insertándose perfectamente en la idiosincrasia propia del periodismo narrativo. El reportaje es el género más usado, aunque la mayor parte de ellos se concentran en revistas de origen español. Esto es lógico, ya que la crónica, aunque con una gran trayectoria en el periodismo español, actualmente tiende a practicarse menos, al contrario que en Latinoamérica donde el auge de la crónica es especialmente notable como hemos podido observar en el análisis, donde las crónicas se concentran en las revistas de estos países.

Respecto a la estrategia de difusión de las revistas podemos encontrar dos modelos. Por un lado, las revistas que solo perviven en Internet, en este caso son solo 3 (*Frontera D*, *Anfibia* y *Marcapasos*) de la muestra elegida. El resto de publicaciones comparte ambos formatos. Esto se debe a que en Internet es mucho más fácil crear un medio de comunicación aunque sigue siendo difícil encontrar una fuente de financiación estable. Este es uno de los grandes problemas de los medios electrónicos, encontrar unas vías de financiación estables y

solventes. El resto de publicaciones, con las ventas de sus ejemplares en papel consiguen la mayor parte de los beneficios para continuar⁶.

En las revistas que conviven en los dos formatos, papel y digital, hemos encontrado tres formas diferentes a la hora de publicar sus contenidos. Por un lado, están las revistas que suben los contenidos libremente a la web al mismo tiempo que la publicación de la revista en papel, en este caso son 6 de las 9 revistas analizadas⁷. La segunda forma detectada es la publicación de los contenidos en Internet después de que salga la revista en papel, en este caso tan solo dos *Orsai* y *Soho*, siguen este modelo. Finalmente la tercera forma de publicación es la restricción parcial de la revista en Internet (hay secciones que no pueden ser consultadas nunca), tan solo se puede consultar con la compra de la revista en papel. En este caso solo hay una revista, *Etiqueta Negra*.

Aunque es complejo encontrar un modelo financiero estable y viable, creemos que la última forma de publicación de restringir parte de los contenidos en Internet, usando esta plataforma como mero dossier de presentación no es el más conveniente. Quizás el segundo modelo de dar prioridad a la revista en papel presentando antes los contenidos sea la estrategia más adecuada, pues los textos no pierden vigencia con el paso de los días ya que no son noticias de pura actualidad, sino informaciones más atemporales que pueden permitirse una vida más larga.

Las redes sociales tienen un papel muy importante en estas revistas, pues suponen una gran entrada para captar lectores. Hemos comprobado, sobre todo en Twitter, cómo muchos de los perfiles de estas revistas tienen una gran cantidad de seguidores. Además usan sus perfiles para dar a conocer sus contenidos y son una vía de acceso de lectores. Resulta significativo que *Jot Down* ha conseguido gran presencia en las redes sociales porque no se limita a colgar su contenido sino que analiza la actualidad diaria.

Cómo se definen a sí mismas estas publicaciones es otro aspecto destacado, así tan solo hemos encontrado tres revistas que se consideren como revistas de periodismo narrativo (*Anfibia*, *Gatopardo* y *Frontera D*). Las demás revistas se definen como literarias o periodísticas aunque tengan contenidos periodísticos.

Las secciones en las revistas, el orden por el que un lector se mueve dentro de estas revistas es significativo, ya que ayuda a situarse y sobre todo saber qué se está leyendo. Aquí sí hemos apreciado diferencias significativas entre las revistas españolas y latinoamericanas ya que estas últimas tienden a establecer un orden mucho más riguroso, señalando y etiquetando sus secciones.

Se ha señalado la extensión de los textos de periodismo narrativo porque esto a veces puede provocar que un lector se detenga o deje la lectura. La revista *Gatopardo*, en papel, utiliza una llamativa estrategia para intentar mantener la atención del lector. Las crónicas más

⁶ Ángel L. Fernández, confundador de *Jot Down* y administrador de la empresa, durante la mesa redonda "La red y el negocio cultural", dentro Ciclo: *La nueva prensa cultural en la web*. Málaga, Noviembre 2013, explicó como la revista *Jot Down* se financiaba enteramente por la venta de su revista.

⁷ Del total de las 12 revistas analizadas, 3 son exclusivamente digitales, de ahí que el cómputo de ese dato sea de 9 revistas.

largas, se dividen en dos partes dentro de la revista, una al principio de esta y otra al final. Es una forma de romper la atención con una lectura larga para evitar que el lector pueda fatigarse, dándole otros contenidos que leer, y luego intentar que este siga leyendo hasta el final de la revista.

La estabilidad de estos proyectos suele ser bastante difícil, y hemos encontrado dos fracasos, por un lado la revista *Marcapasos*, que recibe una muy pocas actualizaciones para lo que una revista necesita, y por otro lado el cierre de *Orsai*, ya explicado, que evidencia la necesidad de buscar nuevas formas de financiación y de publicación que hagan viable un medio de comunicación.

Pasando al tema de las editoriales específicas sobre periodismo narrativo, es significativo la misma aparición de editoriales específicas sobre este tema, y su declaración abierta apostando por estos contenidos. En este caso, el ebook (libro electrónico) se abre como una puerta más segura para poder lanzar una editorial, y prácticamente su catálogo se fundamenta en ellos. Los precios son asequibles y la forma de descargar los ebooks es sencilla, pudiendo optar por descargarlos de varias formas.

La mayor aportación que hacen estas editoriales al periodismo narrativo son tres: por un lado el rescate de figuras importantes del periodismo narrativo olvidadas, como el caso de Josep Pla en *Libros del K.O.*, por otro lado la presentación de nuevas obras y autores desconocidos o de difícil acceso, y finalmente la difusión de nuevos formatos de lectura, obras de no más de 80 o 100 páginas, que en papel sería una empresa imposible pero que gracias al ebook se hace posible.

En cuanto a las colecciones de ebooks de los periódicos, sin duda es una de los aspectos más negativos de nuestro análisis. Aunque el periódico intente vender esos ebooks como “El mejor periodismo de su periódico”, y se haya analizado buscando textos que cumplan el paradigma de periodismo narrativo, apenas se ajustan a este. Otro problema es el precio altísimo de estos ebooks de entre 1 y 2 euros por una información de la extensión habitual de prensa. Es más, la mayor parte de estos ebooks están accesibles libremente en Internet gracias a sus hemerotecas abiertas. Y el tercer problema es que solamente se pueden acceder a estos libros electrónicos mediante el entorno cerrado de Amazon. Sin duda, es una estrategia del periódico por intentar sacar beneficio, pero no se ajusta a las exigencias del periodismo narrativo

Por último descartar el enorme e importantísimo papel de la Fundación Nuevo Periodismo, una organización tremendamente activa y viva que está inmersa en multitud de proyectos muchos de ellos enfocados directamente con el periodismo narrativo como el “Encuentro Nuevos cronistas de Indias” pero sobre todo esta organización se sitúa como el epicentro actual del periodismo narrativo en español, reuniendo a los mejores voces, autores y obras.

Nuestra hipótesis planteada en el inicio del artículo es correcta, Internet ha proporcionado las herramientas necesarias para que el periodismo narrativo encuentre nuevas vías de difusión y presentación que antes no poseía provocando una emergencia de este tipo de periodismo en revistas, editoriales y organismos. Sobre todo en Latinoamérica, la creación

de revistas y organismos como la Fundación Nuevo Periodismo muestran el buen momento por el que pasa este género. En España, esta gran expansión es mucho más pequeña y pasa más desapercibida, aunque se aprecia cómo se está convirtiendo en un fenómeno emergente.

Pese a las grandes ventajas que ha proporcionado Internet, el problema económico sigue vigente en todas sus facetas, hay nuevas opciones, pero no hay una solución estable. Tanto para los periodistas que necesitan una enorme cantidad de horas y esfuerzo para crear estos textos, como para los medios que los publican. Actualmente, la gran mayoría de revistas analizadas apuesta por un modelo mixto entre el digital y el papel.

Además del problema económico que plantea Internet, España y Latinoamérica no poseen por el momento un tejido editorial potente para sustentar otros tipos de propuestas que pueda tener éxito como son el caso de los *Mooks* en Francia, un híbrido entre revista y libro que está acaparando la mayor parte de la producción en periodismo narrativo francesa y belga. Quizás, la revista española *Jot Down*, por su formato y su estructura de negocio, es el ejemplo más cercano a este nuevo fenómeno editorial francés.

En definitiva, hay un enorme interés por conocer la realidad desde otro punto de vista, un punto de vista más profundo y cercano pero queda en mano de los periodistas encontrar el equilibrio para poder seguir haciendo periodismo narrativo y vivir de ello.

4. Bibliografía citada

Chillón, Albert. (1999). *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*. Zaragoza: Ministerio de Fomento - MOPU-.

López Pan, Fernando. (2005). ¿Es posible el periodismo literario? Una aproximación conceptual a partir de los estudios de redacción periodística en España en el periodo 1974–1990 . *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales* , 24.

Redacción. (2011, 2 de noviembre). La Vanguardia lanza una nueva editorial de libros electrónicos, "Ebooks de Vanguardia". *La Vanguardia*. Recuperado el 15 septiembre de 2013. <http://www.lavanguardia.com/cultura/20111102/54236715389/la-vanguardia-lanza-una-nueva-editorial-de-libros-electronicos-ebooks-de-vanguardia.html>.

Rodríguez Rodríguez, Jorge Miguel. (2012). *Contar la realidad: el drama como eje del periodismo literario*. Zaragoza: 451 Editores.

Rodríguez Rodríguez, J. M; Anguelo Egea, M. (Coord.), *Periodismo Literario. Naturaleza, antecedentes, paradigmas y perspectivas*. Madrid: Fragua.

TEDxTalk (2011, 25 de noviembre). *Como matar al intermediario: Hernán Casciari*. Recuperado el 17 de septiembre de 2013: https://www.youtube.com/watch?v=_VEYn3bXz34

Vanoost, M. (2013). Journalisme narratif : proposition de définition, entre narratologie et éthique. *Les cahiers du journalisme*, n°25 printemps/été 2013.

Vanoost, M. (2013). Éthique et expression de l'expérience subjective en journalisme narratif. *Sur le journalisme. Vol. 2, No 2 (2013)*.

