

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

# DESMANTELANDO LA LÍNEA

Máster en Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas



Universitat  
Oberta  
de Catalunya

**Autor: Joel Chaou Latorre**

**Tutor: Javier Odriozola Chéné**

9 de enero de 2023

*A todas las vecinas y vecinos de Las Cuevas y de Camporrobles  
por prestar su voz a este proyecto tan personal.*

*A mi familia, a mi yaya Amparo y a mis grandes amigos.*

***Per un ferrocarril públic i social.***



# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2. Justificación</b>	<b>4</b>
<b>3. Objetivos del proyecto</b>	<b>6</b>
<b>4. Aporte profesional</b>	<b>7</b>
<b>5. Marco teórico</b>	<b>8</b>
<b>5.1. El periodismo digital</b>	<b>8</b>
5.1.1. Las nuevas narrativas transmedia en publicidad y periodismo	10
5.1.2. Multimedialidad, hipertextualidad e interactividad	13
5.1.3. El reportaje y el documental interactivo	15
5.1.4. Ejemplos de documental interactivo	18
<b>5.2. El periodismo especializado</b>	<b>23</b>
5.2.1. El periodismo social y de servicios públicos	24
<b>6. Metodología</b>	<b>27</b>
<b>7. Elaboración y planificación</b>	<b>28</b>
<b>7.1. Plataforma y herramientas</b>	<b>28</b>
<b>7.2. Recursos multimedia y programas</b>	<b>29</b>
7.2.1. Recursos multimedia	29
7.2.2. Programas	29
<b>7.3. Estructura del reportaje</b>	<b>31</b>
7.3.1. Diseño	31
7.3.2. Tipografía y color	32
7.3.3. Capítulos y secciones	34
<b>7.4. Listado de fuentes</b>	<b>37</b>
7.4.1. Fuentes personales	37
7.4.2. Fuentes cuantitativas	38
7.4.3. Fuentes documentales	38
<b>7.5. Desarrollo del plan de trabajo</b>	<b>39</b>
<b>8. Viabilidad del proyecto</b>	<b>41</b>
<b>9. Conclusiones</b>	<b>42</b>
<b>10. Bibliografía</b>	<b>44</b>
<b>Anexo 1. Secciones y capítulos</b>	<b>54</b>

Ilustración 1. Women Inmates: Why the Male Model Doesn't Work. (T Brand Studio, 2014).....	13
Ilustración 2. Árbol de decisión. "Sin Huella Ecológica". (Lab RTVE, 2018).....	19
Ilustración 3. Huella interactiva. "Sin Huella Ecológica". (Lab RTVE, 2018).....	19
Ilustración 4. Árbol de decisión. "Vimy: A Living Memorial". (NFB. 2022). ....	20
Ilustración 5. Testimonios. Vimy: A Living Memorial". (NFB. 2022).....	21
Ilustración 6. Vídeo teaser. "BackUp". (Lab RTVE, 2020).....	21
Ilustración 7. Índice. "BackUp". (Lab RTVE, 2020). ....	22
Ilustración 8. Las claves. "BackUp". (Lab RTVE, 2020).....	23
Ilustración 9. Uso de extensiones y pinceles en Adobe Photoshop en el documental. ....	30
Ilustración 10. Esquema preliminar del documental interactivo de "Desmantelando la Línea". ....	32
Ilustración 11. Composición de azulejos que en la fachada de la Cooperativa de Las Cuevas.....	33
Ilustración 12. Tipografías y códigos de color hexadecimales del documental "Desmantelando la Línea". ...	33
Ilustración 13. Plan de trabajo del proyecto "Desmantelando La Línea". ....	39
Ilustración 14. Menú principal. ....	54
Ilustración 15. Los protagonistas. ....	54
Ilustración 16. Capítulo I.....	54
Ilustración 17. Capítulo II.....	55
Ilustración 18. Capítulo III.....	55
Ilustración 19. Capítulo IV. ....	55
Ilustración 20. Capítulo V.....	56
Ilustración 21. Capítulo VI. ....	56
Ilustración 22. Créditos.....	56
Tabla 1. Tabla presupuestaria del proyecto.....	41

## 1. Introducción

En 1927 se empezaron los trabajos del ferrocarril Cuenca-Utiel, cuyo primer tramo hasta Camporrobles entró en servicio durante la guerra de Liberación [Guerra Civil Española], **y se inauguraría**, tras la terminación total del mismo, **el día 27 de noviembre de 1945**. (Marco, 1973)

Las Cuevas de Utiel es, junto a Camporrobles, uno de los municipios más afectados por el cierre de la **Línea 310**. Entró en servicio en 1883 para conectar Buñol con Valencia, y dos años más tarde para hacerlo entre Utiel y Venta-Mina, pero no fue hasta 1947 cuando se inauguró y conectó finalmente Madrid con Valencia (Bolinches, 2008).

Una pionera línea de ferrocarril que soñó con unir la capital de España con el Mediterráneo, pero que poco a poco –debido a la crisis económica y el inminente comienzo de la Guerra Civil Española–, fue perdiendo el interés del Gobierno y de las Compañías Ferroviarias. Una cuestión que alargó la construcción del trazado de Utiel a Cuenca más tiempo de lo esperado en un primer momento (Alabau, 2016).

Este problema de abandono y deterioro continuó durante décadas, incluso después de su inauguración oficial completa, hasta el **día de su cierre con el temporal Filomena** de enero de 2021. La línea 310 sigue la estela de muchas otras vías de ferrocarril que fueron desmantelándose desde la Guerra Civil hasta nuestros días, especialmente en la década de los años 80 con el Gobierno de Felipe González (Rama, 2021).

No fue hasta el 29 de abril de 2022 cuando la Ministra de Transportes, Raquel Sánchez, comunicó a los ayuntamientos afectados el cierre definitivo de la línea, dándoles un plazo de treinta días para presentar alegaciones. El Ayuntamiento de Camporrobles, en colaboración con la Plataforma en defensa del ferrocarril de la Confederación General del Trabajo (CGT), envió una propuesta al –ahora exConseller– de Política Territorial, Obras Públicas y Movilidad para que reconsiderara la **adhesión de Camporrobles y Las Cuevas como paradas dentro de la línea C-3 de Cercanías de Valencia**, permitiendo aprovechar esos metros de vía en buen estado y sin la necesidad de alterar los horarios actuales del servicio (Domingo, 2022).

## 2. Justificación

Nos darán cifras y **demonstrarán que es deficitario**. Claro que sí. La estrategia de dejarlo morir en los últimos años no es casual. Si cada vez funciona peor, la gente lo va abandonando.

**¿Quién se va a fiar de un tren que siempre va tarde o no llega?** (Solano, 2021)

El cierre de la histórica línea de Media Distancia Aranjuez-Cuenca-Valencia es la **culminación final de décadas de desentendimiento** por parte de diferentes gobiernos autonómicos y estatales. A nivel regional plantea diferentes dudas, como la adaptación del **Proyecto XCuenca** –la alternativa planteada como respuesta al cierre de la línea en Castilla-La Mancha– en los municipios de Las Cuevas y Camporrobles, que son competencia de la Generalitat Valenciana (La Moncloa, 2022). También se cuestiona la manera en la que ha acabado afectando la suspensión de la línea en estos municipios, teniendo en cuenta que contaban con un flujo de pasajeros que iban a Cuenca a estudiar o trabajar (Mayordomo, 2021).

La supresión de líneas de ferrocarril para sustituirlas por vías verdes no es algo nuevo en España, pero **sí una anomalía europea**, donde en los últimos años el tren se ha posicionado como una alternativa sostenible, capaz de competir con aviones y vehículos privados (Rico et al., 2021).

Parte de este acuerdo de desmantelamiento contempla la implantación de nuevas frecuencias en la estación periférica de AVE Requena-Utiel, inaugurada en 2010. Al igual que la estación de Antequera-Santa Ana o Puente Genil-Herrera, se encuentra en un territorio “débilmente polarizado [...], donde a pesar de estar localizadas en puntos alejados del centro urbano, existe una cierta actividad, bien sea industrial, agrícola o de comunicaciones terrestres” (Soria, 2015, p.231).

Requena-Utiel es un apeadero “fantasma” sin actividad comercial y sin venta en taquilla. Con un coste de ejecución de más de 12 millones de euros, ahora se sufre el abandono de las instituciones públicas debido a su lejanía respecto a los municipios de Utiel, Requena y San Antonio (Carchano, 2011; Ruiz del Árbol, 2013).



En definitiva, el Proyecto XCuenca es una propuesta que aboga por el uso de las líneas de alta velocidad y el transporte de autobuses por carretera en detrimento de una inversión y mejora en la línea convencional 310 de Media Distancia.

La medida, sin embargo, **no está exenta de polémica**, especialmente en los municipios afectados de la Comunitat Valenciana, donde los vecinos muestran su hartazgo frente a las falsas promesas de mejoras en la red de transporte de la comarca de Utiel-Requena, en especial en **los municipios de Camporrobles y Las Cuevas, que se enfrentan a la vida sin tren por primera vez en 75 años.**

### 3. Objetivos del proyecto

El **propósito principal de este proyecto es el de crear un documental interactivo centrado en el cierre de la línea convencional Madrid-Cuenca-Utiel**, para conocer así el impacto del ferrocarril en los municipios de Las Cuevas de Utiel y Camporrobles a través de los testimonios de actores políticos, activistas, vecinos y usuarios de la línea.

Como objetivos secundarios:

1. Conocer los posibles motivos que han llevado al Gobierno central a cerrar una línea histórica como la Línea 310 de Media Distancia.
2. Analizar el papel de actores políticos, sociales e instituciones públicas para entender cuáles han sido las reivindicaciones de cada colectivo respecto al ferrocarril convencional.
3. Comparar las propuestas que se han planteado como alternativa al cierre de la línea de ferrocarril, tanto en la Comunitat Valenciana como en Castilla-La Mancha.
4. Dar voz a los deseos y las preocupaciones de la población afectada por la clausura del servicio en los municipios ligados a la línea.



## 4. Aporte profesional

Aunque el máster en Periodismo y Comunicación Digital de la UOC se centra en el uso de las nuevas narrativas y datos para construir historias, hay **aspectos que son comunes a otras disciplinas en el ámbito de la comunicación**; desde el planteamiento del propio relato y su estética, hasta el alcance que puede tener para una audiencia potencial con el fin de lograr sus objetivos.

Estas serían algunas de las competencias más destacadas dentro de este proyecto:

- 1. Redacción periodística:** Dentro del documental interactivo hay diferentes *copy* que captan la atención de la audiencia para que pueda detenerse a leer con más detalle la información contextual de cada capítulo.
- 2. Diseño y creatividad:** Las creatividades que acompañan al documental están guiadas por una serie de parámetros como el color, la tipografía o los efectos visuales. Así se logra una identidad visual homogénea que le dota de una mayor personalidad al proyecto.
- 3. Locución:** Todos los apartados de la web están narrados para usuarios con dificultades a la hora de leer textos, o que simplemente tengan algún tipo de diversidad funcional como la ceguera.
- 4. Análisis y visualización de datos:** Para ilustrar algunos de los capítulos se han empleado infografías y mapas interactivos, tras un análisis exhaustivo de datos de diferentes fuentes de información.
- 5. Nuevas narrativas transmedia:** El documental está conformado por diferentes elementos audiovisuales, así como herramientas interactivas para lograr una experiencia más inmersiva y atractiva para el propio usuario.
- 6. Producción audiovisual:** El grueso del proyecto es el documental audiovisual sobre el cierre de la línea. Para su elaboración, se requieren conocimientos de edición audiovisual.
- 6. Publicidad:** El documental también se promocionará a través de redes sociales y otros medios físicos, por lo que requiere de un plan de comunicación adaptado a cada soporte.

## 5. Marco teórico

### 5.1. El periodismo digital

La digitalización, la convergencia mediática y la popularización de Internet como “medio de medios” **constituye la esencia de las transformaciones que abarcan todos los ámbitos del sector**: ha cambiado la tecnología digital e interactiva, han surgido nuevos contenidos y formatos, se han transformado las audiencias y los modos de consumo, y el modelo de negocio ha saltado por los aires. (García, 2016, p. 29)

El **periodismo digital** –también conocido como ciberperiodismo o periodismo online– es “aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos” (Díaz-Noci y Salaverría, 2003, como se citó en Iglesias-García y Fernández, 2011, p.440).

Su definición ha ido evolucionando a lo largo de los años y hay autores como Ramón Salaverría que siguen defendiendo el término de ciberperiodismo frente al de periodismo digital. Considera que este último abarca un mayor número de modalidades periodísticas, ya que hace referencia al uso de tecnologías digitales y nuevas plataformas –como el big data, la televisión y la radio digital, tablets y smartphones–, y no es tan específico como el término de ciberperiodismo. Esto plantea un escenario donde las noticias ya no solo se crean para difundirse a través de los medios en Internet, sino que se apoyan en herramientas, también digitales, para elaborar proyectos innovadores a través de las nuevas narrativas y formatos transmedia (Salaverría, 2019).

Aun así, Internet ha supuesto una ruptura a nivel global con los medios tradicionales de comunicación, especialmente con las generaciones más jóvenes. Las nuevas tecnologías –en especial Internet– “presentan [...] un entorno completamente distinto y con nuevas posibilidades para relacionarse con los demás y para acceder a la actualidad informativa desde una posición que se acerca más a su vida diaria” (Yuste, 2015, p.180).

Ante esta disyuntiva, las grandes cabeceras de periódicos nacionales e internacionales han ido adaptando en la última década su modelo de negocio para acercarse a las nuevas necesidades y oportunidades que ofrece Internet, así como las posibilidades de una mayor interacción con las audiencias gracias a la segmentación por nichos y preferencias de consumo de contenido.

Según el último informe mensual de la consultora Growth from Knowledge (GFK) sobre la audiencia de los periódicos digitales en España, en noviembre de 2022 los tres medios generalistas más leídos fueron El Español, El País y El Mundo, y no es hasta el sexto puesto –con la excepción de El Español– donde empezamos a encontrar las cabeceras de medios nativos digitales como 20 Minutos u OKDiario (GFK, 2022, como se citó en El Español, 2022). Este liderazgo de los medios tradicionales en los entornos digitales es un claro indicio de la velocidad a la que las grandes cabeceras periodísticas de todo el mundo han tenido que moverse para apostar por un modelo de negocio que fidelice y atraiga a los consumidores analógicos hacia un escenario enteramente virtual, donde no hay fronteras lingüísticas ni terrestres. Un ejemplo de ello es el reciente rediseño de la web del periódico EL PAÍS, donde se le otorga más peso a las apuestas de contenido propias, las nuevas narrativas y una estructura más flexible para desplazarse por el medio en la era de la revolución de las TIC (Echevarría, 2021).

Este tipo de readaptaciones va en la búsqueda de un diseño responsive<sup>1</sup> que permita a los lectores un consumo del contenido mucho más rápido y adaptado a los dispositivos móviles, en ocasiones bajo tecnologías de código abierto como AMP de Google, que optimiza las páginas para “mejorar la velocidad a la que cargan [...] y hacer que consuman menos datos” (Fernández, 2021).

La necesidad de los medios de comunicación de adaptarse a los dispositivos móviles no es solo una cuestión estética. Según Chartbeat, **el 75% de los artículos**

---

<sup>1</sup>El diseño web responsive o adaptativo es una técnica de diseño web que busca la correcta visualización de una misma página en distintos dispositivos. Desde ordenadores de escritorio a tablets y móviles (40deFiebre, s.f.).

**periodísticos digitales provienen de la visualización a través de dispositivos móviles**, un aumento de un 3% respecto al período de 2021 (Chartbeat, 2022, como se citó en Laboratorio de Periodismo, 2022).

### 5.1.1. Las nuevas narrativas transmedia en publicidad y periodismo

Como se ha mencionado anteriormente, el principal objetivo de los medios de comunicación en las últimas décadas ha sido acercarse cada vez más al consumidor final mediante propuestas de valor que generasen “adhesiones estables en el medio digital”, replicando en gran medida los mecanismos de atracción y *engagement* que el marketing –y, por ende, la publicidad– ejemplifica en su comunicación con los diferentes públicos potenciales a los que se dirige (Zurita, 2019, p.1250).

Este proceso de hibridación –debido a diversos factores tecnológicos, económicos y sociales– ha supuesto para los periodistas la introducción de nuevas narrativas multimedia en un contexto de **convergencia mediática**. Henry Jenkins define a esta convergencia como el “flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (2008, p. 14). Es decir, se produce un efecto de **transmediación** en la que los contenidos y la narrativa a la que estos acompaña atraviesan diferentes soportes, dando lugar a nuevos fenómenos comunicativos y culturales, junto con nuevos géneros y formatos multimedia. Esto propicia la aparición de nuevos modelos narrativos donde la participación del receptor es esencial en la construcción del relato (Costa y Piñeiro, 2012; Pérez-Tornero, 2008).

Desde la perspectiva que nos atañe, **las narrativas transmedia** son un estrato superior de inmersión al de las **narrativas multiplataforma**, donde se cuenta la misma historia, pero adaptada a la naturaleza de diferentes medios y soportes; y las **narrativas crossmedia**, donde cada relato aporta una información determinada por el medio y soporte para poder comprender una narrativa mayor en su conjunto (Costa y Piñeiro,

2012). En resumen, podríamos definir a las **narrativas transmedia** –partiendo de la propuesta de Henry Jenkins– como historias inmersivas multiplataforma, con independencia narrativa, capaces de transitar y adaptarse a la naturaleza de diferentes medios para lograr un sentido completo. Además, beben de las estrategias propias del marketing y responden a un deseo de las nuevas audiencias de profundizar y tomar más activo en su relación con los contenidos digitales en todo tipo de plataformas multimedia (Costa y Piñeiro, 2012).

La democratización de Internet ha permitido que nuevas generaciones de usuarios globales encuentren en las narrativas transmedia modelos de cultura más participativos e interactivos, otorgándoles otras fuentes de información mucho más plurales que les acercan a la realidad de sucesos que ocurren a miles de kilómetros de sus hogares. Uno de los aspectos negativos más destacados de este tipo de procesos es la **infoxicación**, donde se produce una sobredosis de datos que impide el desarrollo del pensamiento crítico de las audiencias; donde ahora el internauta deja de ser un usuario pasivo que recibe información y pasa a ser uno que debe elegir la forma, el modo y el lugar en el que quiere consumir ese contenido (Gómez, 2016).

La publicidad y, por ende, los modelos de negocio de casi toda la red, ha tenido que buscar nuevas maneras de atraer a las audiencias y los anunciantes, en un clima donde los algoritmos de las principales plataformas multimedia modelan constantemente la estructura de sus interfaces, incluyendo el amplio rechazo a la publicidad convencional digital e intrusiva, silenciada cada vez más mediante *adblockers* en los navegadores web (Zomeño y Blay-Arráez, 2017; Puro Marketing, 2016).

En esa adaptación del periodismo digital a las nuevas posibilidades de interacción con los usuarios encontramos formatos propios del marketing de contenidos, como **la publicidad nativa** –o *native ad*, en inglés–. Una de las claves principales de su éxito es que **no existe confusión entre el trabajo periodístico del medio**, realizado por la

redacción periodística, y las piezas de *branded content*<sup>2</sup>, realizadas por el equipo de publicidad, con total independencia del estilo de redacción del medio. Los lectores deben poder entender sin dificultad cuándo se trata de un contenido estrictamente periodístico y cuándo de un contenido pagado por un anunciante (Nafría, s.f.).

Es aquí donde la **publicidad nativa** emerge como una herramienta más natural, adaptada al formato para el que se concibe y que basa su propuesta en un contenido mucho más relevante para el consumidor, alejado de la publicidad tradicional y en la que el producto es siempre el centro de la comunicación. En definitiva, **un estadio comunicativo digital más profesional**, maduro y que busca recomponer puentes con una audiencia que ha perdido la credibilidad en la publicidad y el periodismo tradicional por no ofrecerle una propuesta de valor útil (Nafría, s.f.; Chaguaceda, 2013).

Como cualquier otro formato transmedia, la publicidad nativa se encuentra en un estadio de redefinición y readaptación constante en el entorno digital. Su profesionalización no está tan extendida como las producciones de *branded content* al uso, pero se ofrece como una herramienta de gran interés para periódicos y medios digitales que buscan fuentes alternativas de ingresos.

Uno de los casos más destacados –y que sentó las bases de la publicidad nativa en el mundo periodístico– fue el artículo de *T Brand Studio* (área de contenidos de *The New York Times*) para promocionar en 2014 la segunda temporada de *Orange is the New Black* en la plataforma de **Netflix**, creando *Women Inmates: Why the Male Model Doesn't Work*. Este reportaje multimedia analizaba las necesidades y la situación de las mujeres en las cárceles de Estados Unidos, donde se incluyeron entrevistas en audio, ilustraciones animadas, infografías y un pequeño documental dividido en tres partes (Nafría, 2017).

---

<sup>2</sup> El *branded content* es un formato que fusiona la publicidad y el entretenimiento para ofrecer un contenido de valor original donde la presencia de la marca queda relegada a un segundo plano, sin la intención directa de vender un producto o servicio a corto plazo (Miotto y Payne, 2019).



Ilustración 1. Women Inmates: Why the Male Model Doesn't Work. (T Brand Studio, 2014).

### 5.1.2. Multimedialidad, hipertextualidad e interactividad

El periodismo y los medios de comunicación digitales poseen tres características definitorias que los diferencian del periodismo tradicional y la prensa escrita. “Newhagen y Rafaeli [...] fueron de los primeros autores en señalar los principales puntos fuertes de la prensa digital. Estas características clave eran la **multimedialidad, hipertextualidad e interactividad**” (Abadal y Guallar, 2010, p. 40).

Un aspecto intrínseco de la web es la capacidad que posee para combinar diferentes elementos multimedia de forma íntegra bajo una misma narrativa. Para que estos paquetes integrados –texto, imagen, vídeo, audio, infografías, etc.– puedan considerarse **multimedialidad**, necesitan conformar un significado único, armonizando los códigos de cada formato hacia la consecución de un mismo objetivo informativo (Cairo, 2011).

Los diarios digitales emplean la multimedialidad en sus artículos y producciones periodísticas, pero destacan las fotografías por encima de cualquier otro formato. Los vídeos y las gráficas también se encuentran presentes en gran parte de las narrativas



digitales, “aunque a una considerable distancia de las fotografías” (Guallar et al., 2010, p. 627).

Los periodistas deben asegurarse de que esos elementos multimedia sean compatibles entre sí mediante una homogeneidad temática –que conforme una misma narrativa y no se solapen entre sí– y una sintaxis multimedia que permita integrarlos en el producto final, estableciendo una lógica de producción y planificación. Por ello, **en la multimedialidad encontramos tres modalidades diferentes de organización sintáctica:** por **yuxtaposición** –los elementos multimedia se presenta de forma simultánea con un grado de multimedialidad limitada–, por **coordinación** –integrando los elementos multimedia como piezas únicas de información, adoptando un lenguaje más articulado y avanzado– y por **subordinación** –donde los elementos multimedia conforman una estructura jerarquizada determinada por el valor de cada uno– (Salaverría, 2014).

La **hipertextualidad** permite estructurar los textos en la red, asociándolos mediante hipertextos: “Una serie de bloques de texto conectados entre sí mediante nexos que facilitan distintos caminos y rutas por los que recorrer diferentes campos narrativos. [...] Se apoya en un lenguaje máquina que actúa como metalenguaje de la propia realidad hipertextual” (Rodríguez, 2000, p.6). Es un modo de procesamiento de lectura en diferentes bloques de conocimiento, como una constante discursiva que permite al autor producir remisiones de otros textos –la fuente original– para complementar a otros nuevos, y que ha permanecido en la naturaleza literaria desde la antigüedad. La principal diferencia en el entorno digital es que la hipertextualidad se hace más evidente y visible, permitiendo al usuario una navegación por capas mucho más transversal y en ocasiones, no secuencial (Alonso del Barrio, 2021; Abadal y Guallar, 2010).

Por último, **la interactividad** es la última de las características de esta tríada digital, y de suma importancia en la elaboración de documentales y reportajes multimedia. Ofrece una comunicación multidireccional entre una pluralidad de agentes, permitiendo a los usuarios la reorganización de los elementos que componen una web, y

convirtiéndolos, al mismo tiempo, en generadores de contenidos web (García y Abuín, 2018). Alberto Cairo recoge de Donald A. Norman los principios de interactividad que toda visualización de información periodística debe cumplir: **visibilidad** –que defina de forma clara su funcionalidad de interacción–, **feedback** –que cada acción tenga una reacción, **affordances** –que invite a interactuar con él–, **constraints** –que limite la interactividad del usuario– y **consistencia** –que tenga un lenguaje visual lógico– (2011).

### 5.1.3. El reportaje y el documental interactivo

Partiendo de una definición tradicional, el **reportaje** es un género periodístico que informa acerca de un suceso con una huella subjetiva del autor muy limitada, pues prima la noticiabilidad del suceso por su trascendencia e interés periodístico; mientras que el **documental** es un género cinematográfico con una clara función cognitiva e informativa, sin la obligación de ser un producto de relevancia informativa o de actualidad. Normalmente, **ambos formatos apelan a las entrevistas y los materiales de archivo para informar acerca de un hecho** (Helfer, 2015).

Jaime Barroso, en su libro *Realización de documentales y reportajes* (2009), no deja ninguna duda a la hora de diferenciar entre los dos géneros, señalando que "el documental tiene diferentes modalidades discursivas, ya que puede adoptar las técnicas más diversas: cine de montaje, directo, reportaje, cine didáctico, etc., siempre con un universo de referencia del mundo real". [...] Se refiere al documental como género "contenedor", y al reportaje como "subgénero". (Gifreu-Castells, 2013, p. 97)

Arnau Gifreu **define al documental interactivo** como una obra interactiva realizada "con la intención de representar, documentar y construir la realidad con los mecanismos propios de los documentales convencionales [...] y otros nuevos [...] en función del grado de participación e interacción que contemplen" (2014, p.148). Es decir, su **principal diferencia respecto al documental tradicional es que no necesita seguir**

**una presentación lineal de la narrativa**, sino que permite alterar el orden del discurso, e incluso modificarlo, dependiendo del usuario o *interactor*<sup>3</sup> que participe en el desarrollo de las diferentes historias que se pueden contar, ya que se le ofrecen diferentes árboles de elección a lo largo de toda la narrativa.

Un punto controvertido de este planteamiento es el que supone que atenta contra la capacidad de crear un significado único por parte de los cineastas y documentalistas sobre sus audiencias, existiendo la posibilidad de que se produzca una mala interpretación de los recursos, puesto que el grado de interacción es mayor. Esto es debido a que los usuarios pasan de un **plano reactivo** –propio de los documentales lineales que ofrecen materiales extra en un soporte físico– a un **plano interactivo** –donde los usuarios dejan una huella activa de su paso por el medio digital– (Gifreu-Castells, 2014).

Lo que señalan muchos expertos es que en este nuevo paradigma **es necesario colocar al usuario como centro de la acción**, como un lector activo que comparte el punto de vista con el documentalista, pero que este último no debe ver amenazada su autoría, pues su rol es más bien asistencial: el de trazar un modelo “de caminos a través de un paisaje de imágenes” (Gifreu-Castells, 2014, p.127).

Aun así, es un proceso complejo, ya que no deja de ser un nuevo formato con apenas quince años de existencia, que bebe e incluye –por remediación<sup>4</sup>– a otros formatos clásicos –como el documental o el reportaje de investigación– para un entorno digital interactivo.

Es por ello por lo que incluso el término *webdoc* sigue siendo cuestionado como el nombre más adecuado para referirse a este tipo de formatos, ya que lo limita

---

<sup>3</sup> Nos referimos a **interactor** como el usuario de los medios interactivos, donde toma un rol activo en el desarrollo de la narrativa frente al usuario pasivo de los medios unidireccionales (Millán, s.f.).

<sup>4</sup> La **remediación** es un modelo híbrido e integrador donde se representa a un medio en otro medio. Es una característica de los medios digitales, donde remedian a sus predecesores en un estado de “ecología de los medios” por la supervivencia y dominio absoluto de la red cultural (Cuadrado y Planells, 2013; Scolari, 2013).

únicamente a un entorno “web” y no se centra tanto en las nuevas narrativas transmedia que comienzan a surgir en Internet. También se compara con otras nomenclaturas como la de *documental de nuevos medios*, *documental hipermedia*, *documental expandido* o *documental digital*, como otros términos también relacionados para referirse a este formato, pero Arnau Gifreu prefiere optar por el término de **documental interactivo** porque abarca de forma generalizada al resto de propuestas y ayuda a superar las limitaciones terminológicas que plantean las nuevas nomenclaturas, más específicas y que no son precisas a la hora de delimitar su aplicación en los nuevos ámbitos multimedia (Gifreu-Castells, 2014).

**Carlos Scolari** (2012) plantea el término **documental transmedia** como una evolución del documental interactivo, que pone de relieve el discurso de las nuevas narrativas transmedia –más allá del entorno web– para ofrecer un sistema abierto donde el usuario profundiza a través de contenidos multiplataforma, mucho más interactivos, flexibles y colaborativos. El documental interactivo –como concepto paraguas– se encuentra actualmente en una fase de adaptación, que “continuará expandiéndose conforme se introduzcan nuevas herramientas como la realidad virtual y las posibilidades de interacción en la cultura red”, facilitando esa evolución a documental transmedia, mencionado anteriormente (Villaplana-Ruiz, 2017, p. 198).

En este caso, se seguirá apoyando durante todo el desarrollo del marco teórico en el término **webdoc** –o en su defecto el de **documental interactivo**–, para referirse a este formato, independientemente de las innovaciones y las sinergias que surjan con las nuevas narrativas transmedia, tal y como defiende el Doctor en Comunicación Arnau Gifreu Castells (2013).

Florent Maurin (2011) adapta del curso “Game design concepts” de Ian Schreiber siete tipos de modalidades narrativas de navegación en los documentales interactivos: **lineal** –modalidad clásica donde los acontecimientos siguen un orden cronológico–, **concéntrica** –los usuarios acceden a los contenidos en el orden que deseen mediante un plano central–, **espina de pescado** –una historia lineal central con ramificaciones que

posteriormente vuelven al eje central–, **paralela** –se ofrecen diferentes líneas argumentativas, con diferentes nudos y desenlaces–, **ramificada** –estructura muy interactiva y con amplias posibilidades de elección–, **enroscada** –ofrece diferentes puntos de vista de un relato yendo de nodo en nodo– y **dinámica orientada a objetos** –similar a la narrativa paralela, con puntos de entrada y salida para darle un sentido global al final de la experiencia interactiva– (como se citó en Gifreu-Castells, 2013).

#### 5.1.4. Ejemplos de documental interactivo

El Laboratorio de Innovación Audiovisual de Radio Televisión Española (**Lab RTVE**) es la unidad de narrativas audiovisuales y contenidos transmedia de RTVE. Nace en 2011 como una plataforma volcada en contenidos principalmente de índole informativa y de entretenimiento, pero pronto comenzaron a desarrollar contenidos más culturales e interactivos como *webdocs* y *newsgames*, siendo galardonado con numerosos premios tanto a nivel nacional como internacional, donde destaca un premio Delfín de Oro en Cannes y un premio Ondas. Lab RTVE está conformado por un equipo multidisciplinar de periodistas, diseñadores y desarrolladores web, donde el objetivo principal es identificar las herramientas más innovadoras para contar grandes historias con las que sorprender a los espectadores (Lab RTVE, 2021).

Uno de los proyectos más destacados de Lab RTVE es el de **“Sin Huella Ecológica”**, para el canal de entretenimiento Playz de RTVE. Este *webdoc* habla acerca de la huella ecológica y de cómo los usuarios pueden reducirla enfrentándose a diferentes retos durante el documental interactivo, con una serie de vídeos en paralelo, consejos y retos para hacer la experiencia mucho más inmersiva.



Ilustración 2. Árbol de decisión. "Sin Huella Ecológica". (Lab RTVE, 2018).

El documental cede el protagonismo al interactor desde el primer momento, mostrándole algunos iconos que le será de utilidad para ampliar la experiencia narrativa, y le da la libertad de elegir por dónde quiere empezar el documental. En cuanto a su estructura, este *webdoc* mezcla una tipología de narrativa de espina de pescado con la libertad de elección de una narrativa paralela, pues el documental en sí mismo es el eje central de la propuesta, lo cual fuerza a pasar por todos los accesos antes de llegar al final del vídeo (Lab RTVE, 2018).

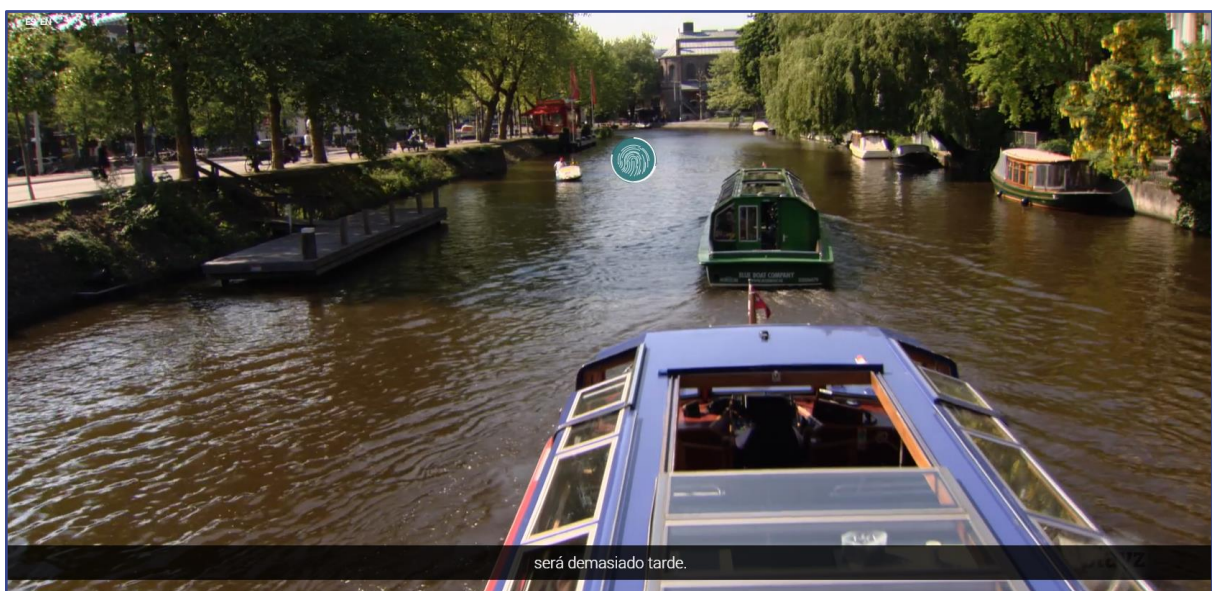


Ilustración 3. Huella interactiva. "Sin Huella Ecológica". (Lab RTVE, 2018).



Otra de las productoras con gran relevancia a nivel internacional es la **National Film Board of Canada** (NFB), una organización pública canadiense que desarrolla documentales y cortos animados, y que recientemente ha entrado en el mundo de los documentales interactivos con propuestas tan interesantes y experimentales como “Brainstream” o “Wayfinder” (NFB, 2021a; NFB, 2021b). Más centrado en el aspecto del *webdoc* se encuentra “**Vimy: A Living Memorial**”, un documental interactivo que recoge algunos de los testimonios y vivencias de civiles y militares que sirvieron al bando francés en la Primera Guerra Mundial y que murieron en paradero desconocido. Este *webdoc* no se centra en un vídeo documental como el de Lab RTVE, pero sí ofrece un árbol de decisión mayor, permitiendo más libertad para escoger el orden en el que se quiera descubrir la vida de los protagonistas a través de contenido multimedial con una narrativa concéntrica.

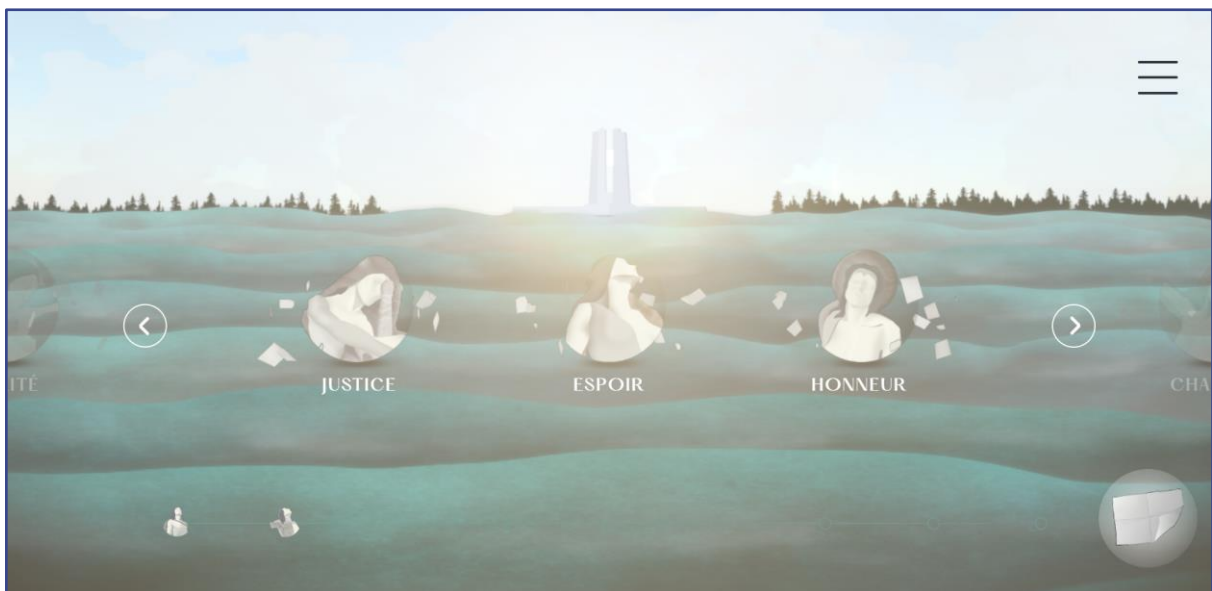


Ilustración 4. Árbol de decisión. "Vimy: A Living Memorial". (NFB. 2022).

El *webdoc* trabaja de forma excelente las animaciones, siendo uno de sus mayores fuertes para dotarlo de una narrativa mucho más pausada y reflexiva. Al final de la experiencia, el interactor puede redactar sus propios testimonios relacionados con el Memorial Nacional de Vimy para completar de manera conjunta el proyecto y mantener vivo el recuerdo de los caídos en combate (The Vimy Foundation, 2022).



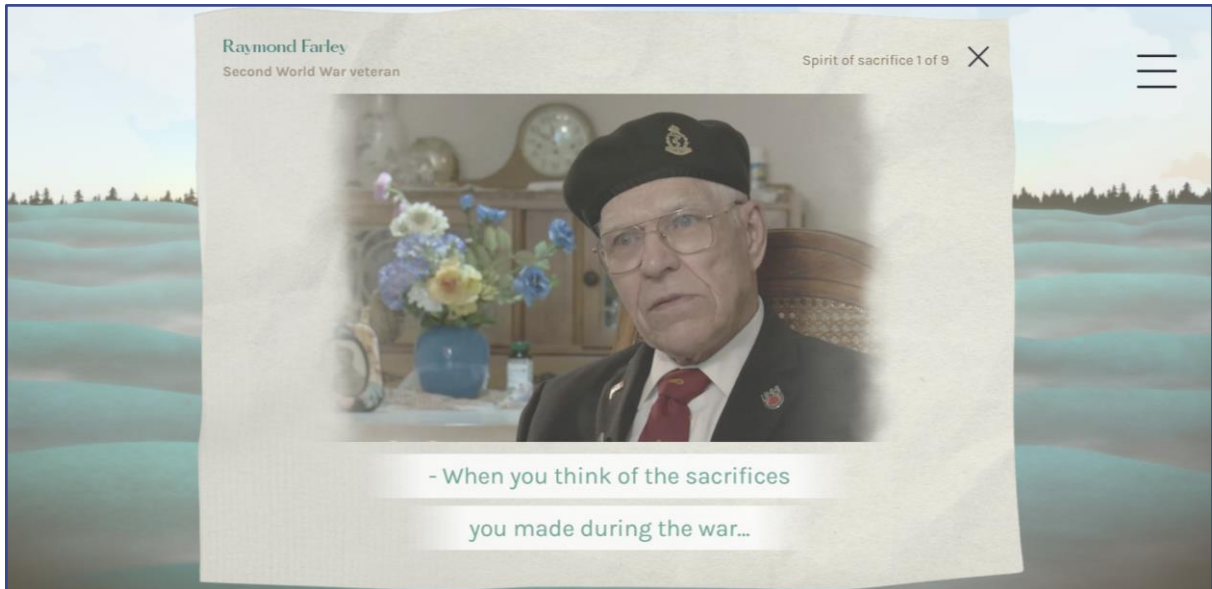


Ilustración 5. Testimonios. Vimy: A Living Memorial". (NFB. 2022).

Por último, se destaca el documental interactivo *BackUp*, estrenado en 2020 para la plataforma digital de Lab RTVE. Es un proyecto pensado para emitirse en redes sociales como Instagram TV –antes IGTV–. Cada capítulo tiene una duración aproximada de siete minutos, con el propósito de mostrar cuáles son los delitos más comunes que se producen en la red y cómo prevenirlos, como el *grooming*, el *bullying*, el fraude o el hackeo, entre otros. En 2021 ganó el Premio de Periodismo de Investigación de la Asociación de Periodistas de España (Prensa RTVE, 2020, 2021).



Ilustración 6. Vídeo teaser. "BackUp". (Lab RTVE, 2020).

Encontramos en primer lugar un vídeo introductorio de treinta segundos donde se nos muestra en un avance de los contenidos que se van a tratar en los capítulos del *webdoc*. El resto de los vídeos se muestran en vertical, para adaptarse de forma nativa al formato móvil de 9:16.



Ilustración 7. Índice. "BackUp". (Lab RTVE, 2020).

Este documental sigue una estructura de espina de pescado, donde el contenido principal se concentra en las piezas audiovisuales –ofreciendo una narrativa lineal por medio de capítulos–, pero que permite a los usuarios a lo largo del recorrido la posibilidad de ampliar la experiencia por medio de hipervínculos relacionados, como declaraciones de auténticas víctimas de delitos en la red bajo el botón interactivo de “Las Claves”. Estas claves son píldoras informativas que se alejan del relato del documental, pero que comparten el mismo lenguaje multimedia y narrativo, y relaciona contenidos de interés para la audiencia, profundizando en aspectos que en el vídeo del capítulo se tocan más por encima.

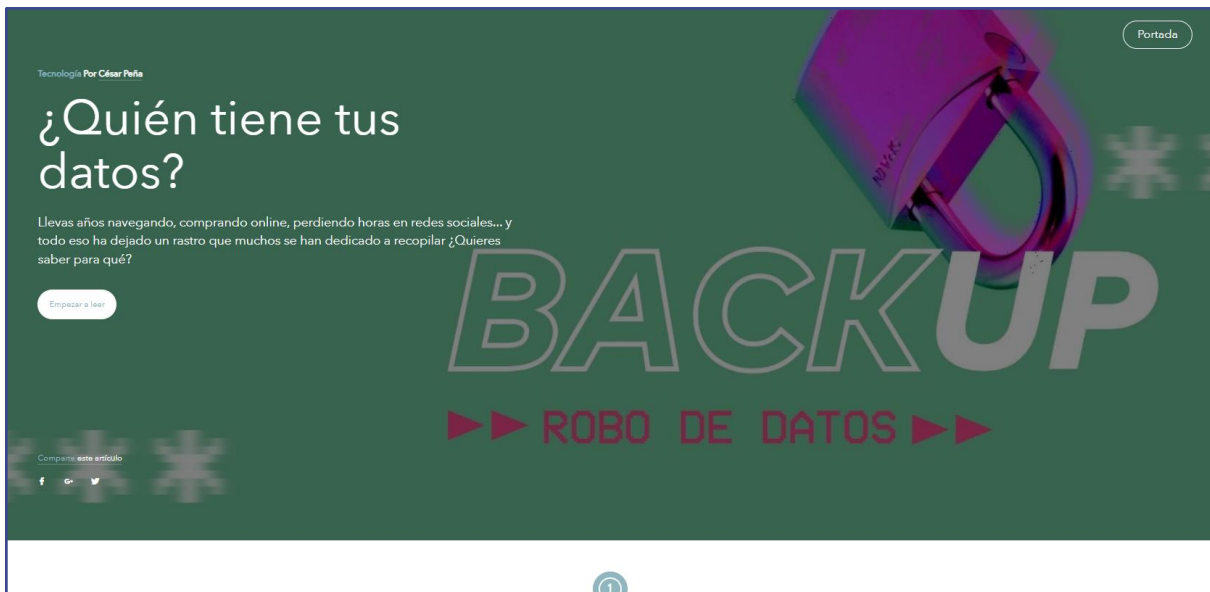


Ilustración 8. Las claves. "BackUp". (Lab RTVE, 2020).

Además, los capítulos no necesitan ser consultados en un orden cronológico para comprender al completo la narrativa, sino que más bien se organizan bajo un pretexto de estructura enroscada o de dinámica orientada a objetos, ya que el interactor tiene la posibilidad de elegir si desea consumir o no los contenidos en el orden que se los ofrece el director del proyecto; o más bien trazar él mismo el orden de lectura, sin tener que pasar previamente por ningún nodo, y abandonar cuando desee la experiencia.

## 5.2. El periodismo especializado

La Catedrática Montserrat Quesada define al **periodismo especializado** como:

[Una materia] que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales. (1998, p.18-19)

Junto con el periodismo digital, el periodismo especializado es producto de los nuevos fenómenos comunicativos del último siglo, donde hay una mayor demanda de la especialización periodística gracias al surgimiento de nuevas tecnologías y medios para contar narrativas. Las expectativas de la audiencia también son mayores a medida que nos adentramos en un entorno digitalizado, y pide un mayor grado de profundización periodística sobre los sucesos que ocurren a su alrededor, designando a los periodistas como voces autorizadas en entornos de diálogo e infoxicación constante, como sucede en las redes sociales (Fernández, 2003).

La **especialización** periodística ordena los contenidos informativos para corregir los problemas de la atomización informativa, donde los mensajes están excesivamente parcelados y no hay sistematización clara en el proceso de elaboración de estos. El periodista especializado establece una relación de mayor intensidad con sus fuentes –a diferencia del periodista generalista–, y le ofrece al lector “una serie de claves que solo puede obtener a través del hecho documental” (Chacón y García, 2001, p.34).

### 5.2.1. El periodismo social y de servicios públicos

El periodismo social se basa en la mejor tradición periodística, pero da un paso adelante. No se conforma con el elemental cuidado de la información –pluralismo, independencia, chequeo, etc.– propia de la tarea periodística, sino que suma su compromiso con los procesos sociales. (Cytrynblum 2000, p.80)

Alejandro Barranquero (2019) analiza la teoría de que el periodismo social ya no es solo un ámbito de especialización, sino que también es una **perspectiva periodística transversal** que puede reformar el periodismo de los grandes medios. Se cree que las grandes cabeceras actúan como correas de transmisión de los intereses políticos y económicos, y que únicamente observan a la ciudadanía como meros espectadores pasivos del acontecer social.

Citando a Alicia Cytrynblum y otros autores destacados, Alejandro **define al periodismo social** como un tipo de periodismo:

**Transversal** –sitúa a lo social en el centro–, **ideológico y crítico** –asume una posición ética a favor de las minorías–, **articulador** –contextualiza los acontecimientos y los amplía–, **ciudadano** –la información es patrimonio del ciudadano–, **educativo** –informa a la vez que forma–, **movilizador** –analiza y explora soluciones–, e **inclusivo** –por ser responsable con el lenguaje– (2019).

Desde hace décadas el **transporte** ha suscitado la atención de los medios de comunicación, entendiendo este sector **como fuente de interés periodístico y social**. Todo lo referente al transporte ha dejado de ser un tema exclusivo de los especialistas en la materia para convertirse en una cuestión de alcance público. (Soria, 2017, p.1404)

El transporte –y la comunicación respecto a él– desempeña un **papel social vertebrador como servicio público**, ya que permite la movilidad de las personas, mercancías y servicios dentro de un territorio determinado. El transporte cumple una función social básica como transmisora de conocimiento y de modos de vida más allá de la esfera productiva; es un agente comunicador, en el sentido más amplio del término (López del Ramo, 2004).

Pese a su importancia, el tratamiento informativo del transporte como servicio público no está estudiado en profundidad desde el prisma del periodismo especializado y su impacto en la sociedad a través de los medios de comunicación (López del Ramo, 2004).

Si hablamos más concretamente del **transporte ferroviario**, en los últimos se ha visto reforzada su presencia en los medios de comunicación gracias a la alta velocidad ferroviaria, superando en atención al denominado “ferrocarril convencional”. Se presenta a la **alta velocidad como un elemento clave de progreso económico**, tecnológico y de propaganda política, pero se elimina el foco en los medios acerca de su prisma social y

crítico derivado de su actividad como servicio público; se omiten también sus consecuencias, como la supresión de servicios de ferrocarril convencional que tienen un coste mucho menor y ofrecen una accesibilidad a los ciudadanos mucho más democrática, económica y social frente a la alta velocidad (Soria, 2017).

En el ámbito de las fuentes de información, En España, la gran mayoría de noticias sobre el ferrocarril provienen de “Renfe, Adif o el Ministerio de Fomento, los cuales suministran la información, reparten la publicidad institucional e inducen, de manera más o menos sibilina, a considerar qué es noticia ferroviaria al resto de medios de comunicación generalistas” (Soria, 2015, p.247). Es decir, su carácter informativo viene condicionado por su naturaleza de servicio público nacionalizado, que a su vez es controlado por las administraciones públicas, lo cual acaba influyendo en el conjunto de la realidad social a través del establecimiento de la agenda en los medios de comunicación<sup>5</sup>.

Con la aparición de las nuevas tecnologías, la ciudadanía se erige como periodista participativo en la construcción de relatos de índole pública, pero no crea consigo un mayor nivel de conciencia democrática. Es por ello por lo que el periodista debe influir más en la cobertura de los temas sociales dentro de los medios de comunicación –como con el periodismo del transporte como servicio público– y colaborar con los destinatarios para elaborar las propias noticias y encontrar con ellos posibles soluciones a sus problemas, aunque eso requiera un cambio completo de la configuración estructural de los emisores, de la agenda mediática y del propio rol de los medios (Llobet, 2006).

---

<sup>5</sup> **La teoría del establecimiento de la agenda** –o *agenda setting*– se usa en relación con la capacidad de los medios de comunicación de fijar asuntos o temas dependiendo de su interés informativo. En el estudio de esta teoría entran en juego la agenda pública –sobre asuntos que el público considera relevantes–, agenda de los medios –aquellos que los periodistas e investigadores consideran que son más impactantes– y la agenda política –los temas que tienen mayor relevancia según los políticos– (Petroni y Facundo, 2009).

## 6. Metodología

**Desmantelando la Línea es un proyecto de modalidad profesional** conformado por contenidos multimedia –vídeos, imágenes y archivos sonoros– junto con infografías provenientes de encuestas y de bases de datos. Tiene un **enfoque mixto**<sup>6</sup>, donde prevalecen los contenidos cualitativos de los testimonios y las entrevistas, pero posee una parte cuantitativa, que se refleja visualmente en las infografías.

El documental interactivo se ha desarrollado a lo largo de dos semestres (un total de seis meses), donde se ha priorizado la obtención de fuentes documentales y la elaboración de infografías, así como el diseño de las diferentes creatividades, tipografías y vídeos que dan forma al proyecto.

---

<sup>6</sup> El **enfoque mixto** ofrece una perspectiva donde los **datos cuantitativos** –aquellos que son medidos y cuantificados– y los **cualitativos** –aquellos basados en la recopilación de percepciones empíricas– interactúan y se potencian mutuamente (Arispe et al., 2020).



## 7. Elaboración y planificación

### 7.1. Plataforma y herramientas

El documental interactivo se desarrolla de forma íntegra en **Wix**, una plataforma líder en la creación de páginas webs fundada en Tel Aviv (Israel) en 2016, y que cuenta con más de 200 millones de usuarios en el mundo (Wix, 2022). Es una plataforma basada en la nube; es decir, el software de Wix se ejecuta en un navegador web a través de servidores externos, sin necesidad de instalarse en el ordenador y facilitando así la edición de contenidos con una conexión a Internet estable (Kantan Software, 2019).

Wix permite crear webs HTML5 con diseño responsive, tanto para ordenadores como dispositivos móviles. Ofrece un servicio *freemium* con gran cantidad de herramientas de edición y customización, así como la posibilidad de insertar contenidos interactivos a través de código de forma completamente gratuita. Para desbloquear todas sus funcionalidades es necesario suscribirse a uno de sus planes disponibles, lo que permite la eliminación del banner publicitario de la compañía y disfrutar de una URL personalizada donde alojar el contenido (Thomas, 2014).

Se ha optado por esta plataforma porque ofrece una gran versatilidad para desarrollar documentales interactivos gracias al formato *scroll*, que permite al interactor descubrir el contenido del documental simplemente deslizando con el cursor hacia abajo a lo largo de la web. Además, permite la creación de menús y secciones, lo que facilita la diseminación del documental a través de capítulos o episodios para hacer más amena la experiencia.

Aunque Wix es la plataforma principal, también se hace uso de otras herramientas interactivas como Mapbox, Flourish, Knight Lab y Genially a través de su inserción con código HTML. Estas herramientas –algunas incluso de código abierto– se adaptan perfectamente al ecosistema de Wix, profundizando en la narrativa y construyendo un relato mucho más sólido y dinámico con la audiencia.

## 7.2. Recursos multimedia y programas

### 7.2.1. Recursos multimedia

Todos los recursos multimedia empleados en el documental provienen de elaboración propia o a través de bancos de imágenes de iStock y Freepik. En el caso de iStock, se ha empleado un período de prueba gratuito para descargar los recursos que se necesitaban con una licencia estándar de uso. Con Freepik solo ha sido necesario acreditar al autor, ya que, en este caso, permite un uso personal y comercial ilimitado.

Esto es un listado de los recursos multimedia provenientes de bancos de imágenes empleados en el documental y modificados para uso personal y no comercial:

- Conjunto de trenes ferroviarios de estilo plano, (Macrovector, s.f.).
- Placa de baldosas en la pared al sur de Portugal (Inaquim, 2019).
- Placa de azulejos azules en la pared, calle de Portugal (Inaquim, 2022).
- Azulejos florales motivos de estilo español marroquí (Neyro2008, 2017).
- Blanco vieja Jerusalén estilo señal de calle (Motimeiri, 2008).

### 7.2.2. Programas

Para la edición de los contenidos se han empleado las herramientas de Adobe Creative Cloud, que incluyen la licencia de uso de Adobe Photoshop, Illustrator, Premiere y After Effects. Cada uno está pensado para un uso determinado, pero se han usado en ocasiones de forma conjunta, como en la edición de vectores con Illustrator y Photoshop.

Se han empleado también algunas extensiones para lograr unos resultados más detallados en las herramientas de Adobe. En Photoshop se ha usado el plug-in de FX Box Free Oil Paint para dotar a las fotografías de un estilo pictórico que encajase con el diseño global del proyecto. También se han empleado complementos de pinceles para lograr un efecto aguado de algunas de las creatividades del documental, ya que, combinados con los pinceles duros que ya ofrece Photoshop, le otorga un resultado mucho más profesional.



Ilustración 9. Uso de extensiones y pinceles en Adobe Photoshop en el documental.

En relación con la edición audiovisual del documental, se ha empleado principalmente la herramienta de Adobe Premiere, junto con Adobe Podcast para componer cada una de las entrevistas. Este último programa permite la edición del audio a través de inteligencia artificial de forma totalmente gratuita, estableciendo una ganancia de audio equilibrada entre todas las pistas de audio.

Respecto a las **herramientas interactivas y widgets**, se han empleado las siguientes:

- **Mapbox y Netfily:** Siguiendo las instrucciones de Roberto Ferrer en su trabajo final de máster “Abrir las vías: la liberalización del tren de pasajeros en España” (2022), se propone el uso de estas herramientas combinadas junto con Visual Studio para trabajar en mapas interactivo a través de código en JavaScript. Después se sube a Netfily, una plataforma que permite alojar páginas webs a través de código HTML para incrustarlo posteriormente en Wix.
- **DataWrapper:** Un software gratuito que permite crear infografías y mapas donde alojar información para después indexarla en otras webs.
- **Flourish:** Al igual que la anterior, permite crear infografías y comparativas entre imágenes muy detalladas y con un grado interacción mayor.

- **TickCounter:** Es un widget que permite establecer cuentas regresivas o cronómetros a partir de cualquier fecha en el tiempo.
- **Elfsight:** Propone una serie de widgets para indexar directamente en webs, como feeds de redes sociales o herramientas de e-commerce.
- **Timepath:** Es una herramienta para elaborar timelines interactivos que poder embeber después en páginas webs a través de HTML.

### 7.3. Estructura del reportaje

En este documental interactivo, el usuario puede descubrir información sobre los diferentes estadios temporales de la línea de ferrocarril 310, desde su concepción en 1870 hasta el cierre oficial de la misma el 8 de enero de 2021 a causa del temporal Filomena.

**Enlace al documental:** <https://www.desmantelandolaline.com>

#### 7.3.1. Diseño

Se ha optado por un modelo de **espina de pescado**, inspirado en el documental *BackUp* de Lab RTVE, con un índice tematizado de seis capítulos tras un primer menú de inicio que introduce a los protagonistas. Cada capítulo cuenta con subapartados con información relevante y recursos interactivos que complementan a los clips del documental en vídeo.

En cuanto a las propias entrevistas, se han recopilado pequeños fragmentos para combinarlos con los de otros entrevistados, bajo la misma temática a la que pertenezca el capítulo. **Todos los elementos audiovisuales están subtítulos** al castellano, así como **los textos de la web, que están narrados para facilitar su accesibilidad** a todo tipo de audiencias con diversidad funcional. También se apuesta por una gama cromática amigable con personas daltónicas frente a los tipos más comunes de ceguera al color.

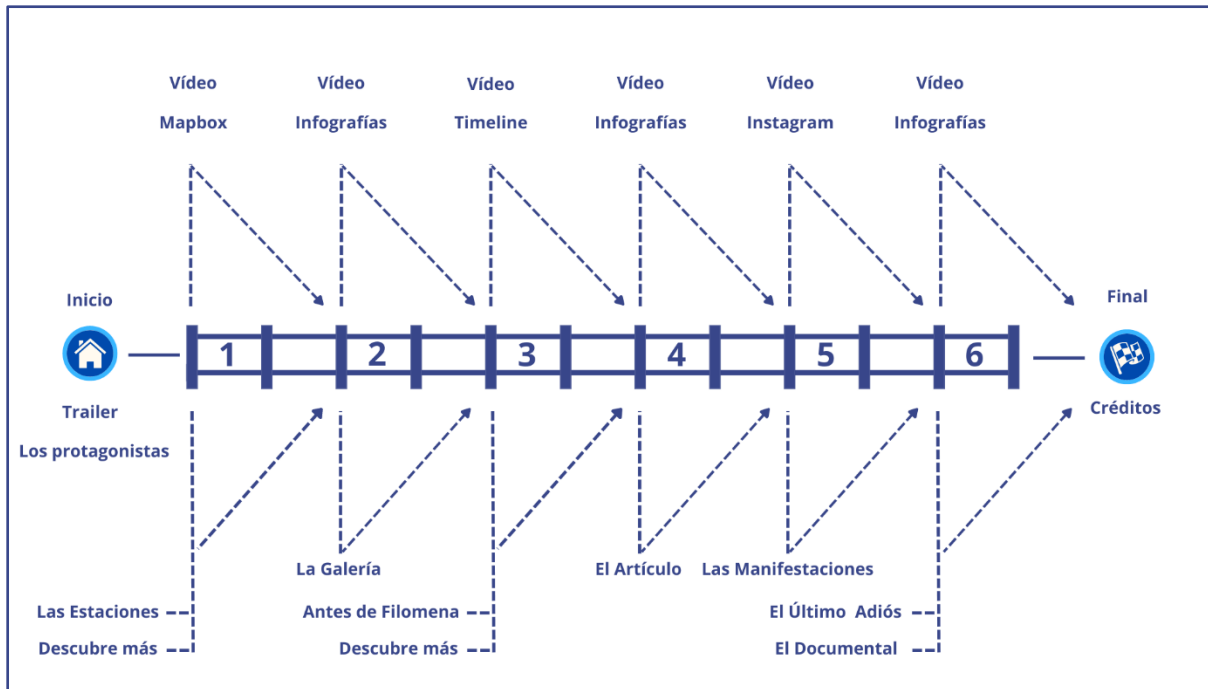


Ilustración 10. Esquema preliminar del documental interactivo de “Desmantelando la Línea”.

### 7.3.2. Tipografía y color

La tipografía principal del documental es la tipografía propia **Cuevata**. Al ser una tipografía con serifa, su uso es más adecuado para los titulares, mientras que para las descripciones se usa la tipografía **Gilroy**, de palo seco. Esta primera tipografía es personalizada, y se basa en el diseño de los azulejos de la Cooperativa Virgen de Loreto de Las Cuevas de Utiel, tras varios intentos de dar con la tipografía original en Internet.

Tras probar diferentes herramientas de *deep learning* tipográfico como What The Font o Font Squirrel, se ha optado por elaborar una tipografía de caja alta en Illustrator, para ser exportada después con el software libre de Font Forge. La tipografía propia de **Cuevata** –gentilicio de Las Cuevas– es el resultado de ese trabajo de edición, donde se empleó como base la fuente de *Century* para después vectorizarla y ajustarla a las dimensiones de esta nueva tipografía.



Ilustración 11. Composición de azulejos que en la fachada de la Cooperativa de Las Cuevas.

En cuanto al **color**, se ha escogido un tono de azul (#38468A) para las tipografías y un color blanco mate (#FFFAF0) para el fondo. También se han escogido dos colores secundarios para algunas tipografías y diseños, como un morado uva (#550055) y un amarillo oro (#AA8100). Los tonos empleados son seguros para daltónicos, tras un ensayo de muestras en la plataforma de Adobe Color (2022).

Las creatividades están inspiradas en los diseños de Víctor Yus Girón (2022) para el evento de Lolailo Madrid. Esta idea se adaptó posteriormente sobre el imaginario de la azulejería valenciana, pero optando por una gama cromática monocolor para no recargar las creatividades de las distintas piezas del documental, más similar al de los azulejos portugueses.



Ilustración 12. Tipografías y códigos de color hexadecimales del documental "Desmantelando la Línea".

Se ha apostado por esta línea creativa para remarcar la importancia histórica de la azulejería valenciana, que resurge en el siglo XVIII en los hornos valencianos y que acabó convirtiendo a la ciudad de Requena –y por ende a Utiel– en una importante puerta de entrada entre el reino de Valencia y Castilla, gracias a sus grandes similitudes socioeconómicas (Salinas, 2016).

Hoy en día, el transporte tiene una importancia crucial en las exportaciones de cerámica, ya que la Comunitat Valenciana es la región que más exporta de España –el 85% de cerámica y 96% de azulejos en 2020– (IVACE, 2021). Y es que, al igual que la historia de los azulejos está ligada al transporte, lo mismo sucede con los municipios que han experimentado su desarrollo comercial gracias a él, especialmente Utiel y en menor medida Camporrobles (Alabau, 2016).

### 7.3.3. Capítulos y secciones

1. **Menú principal:** En esta primera sección se accede al menú de inicio del documental (Ilustración 14). En ella se observa la carátula del documental, seguida por un avance de los contenidos en vídeo y una sección con los protagonistas. Aquí los usuarios pueden acceder una ficha con la información de cada uno de los vecinos y actores sociales implicados en el documental, que más tarde aparecerán dando su opinión en los diferentes capítulos (Ilustración 15).
2. **Capítulo I. El origen:** Un análisis sobre la concepción de la línea, los servicios que se ofertaban y la historia detrás de las estaciones de tren de Las Cuevas y de Camporrobles. Se abre con una cita de Inmaculada Aguilar, para posteriormente mostrar en un mapa elaborado con Mapbox una cronología histórica de la línea (Ilustración 16). En esta página el usuario puede acceder a una sección con información sobre las estaciones de Camporrobles y Las Cuevas, o a otra donde encontrará material audiovisual histórico relacionado con la inauguración de la línea en 1947.



- 3. Capítulo II. La huella:** En este capítulo se analiza el impacto del tren en los vecinos de los municipios de Las Cuevas y de Camporrobles, navegando entre las opiniones y las anécdotas de los protagonistas que pudieron hacer uso por primera vez del tren. Casi toda la página principal está desarrollada con código indexado de DataWrapper y Flourish, donde se muestran infografías sobre las exportaciones de materias primas, de vino o incluso del volumen de pasajeros que empleaban la línea de ferrocarril desde su puesta en marcha (Ilustración 17). En este capítulo se puede acceder también a una sección con fotografías restauradas sobre la influencia del tren en la vida rural de La Comarca a mediados del siglo XX.
- 4. Capítulo III. El cierre:** En este capítulo se hace un repaso de los sucesos que se fueron desencadenando a raíz del temporal Filomena hasta el día de hoy, a través de los testimonios de diferentes actores políticos que han convivido con la problemática del ferrocarril (Ilustración 18). Se ofrece la posibilidad a los usuarios de hacer un recorrido cronológico sobre los titulares más polémicos de la línea de Media Distancia en la última década. Desde este capítulo se puede acceder a dos secciones secundarias: una donde conocer la compleja situación de los Cercanías en la Comunitat Valenciana y otra con un documental elaborado por el equipo de Voz Paralela sobre el cierre de la línea 310, pero desde la perspectiva de los municipios de Castilla-La Mancha, (2022).
- 5. Capítulo IV. Las consecuencias:** Este capítulo es el resultado final del cierre, para donde se muestran los efectos de la clausura del tren en el día a día de los vecinos y los medios de transporte emplean ahora como alternativa. El capítulo abre con un conjunto de infografías elaboradas con Genially para conocer la opinión de los vecinos de La Comarca sobre el cierre de la línea (Ilustración 19). A través de un subapartado se puede acceder a un artículo con un análisis sobre línea C-3, que se convierte ahora en la única vía para conectar La Comarca con Valencia y que hereda los mismos problemas que su otro ramal hacia Cuenca.

6. **Capítulo V. Las reivindicaciones:** En este capítulo se invita a los usuarios a conocer cuáles han sido las principales demandas de las asociaciones y comprobar si concuerdan con los intereses y los objetivos de los diferentes municipios afectados. En el menú del capítulo encontramos un widget de la cuenta @trenacamporrobles (2022), que ha sido la principal plataforma de defensa del ferrocarril en La Comarca (Ilustración 20). A través de un subapartado se puede acceder a información relevante sobre otras manifestaciones del ferrocarril en distintos puntos de España como Madrid, Utiel o Valencia.
  
7. **Capítulo VI. El futuro:** En el capítulo final se hace un análisis sobre la situación actual de la línea en los municipios de Camporrobles y Las Cuevas, así como en la línea de Media Distancia al completo, tras las diferentes alegaciones y recursos que se han presentado en contra de su cierre. Este capítulo cuenta con dos secciones. La primera ayuda a contextualizar el origen del cierre de las líneas en España y las intenciones de potenciar la alta velocidad como una alternativa para conectar ciudades. En la segunda sección se accede directamente a una página con el documental en vídeo al completo, con los seis capítulos compendiados en un metraje de 47 minutos.
  
8. **Créditos:** Es la pantalla final del documental. En él se explica el objetivo del *webdoc* y se muestran los créditos y los recursos multimedia empleados para el desarrollo del proyecto (Ilustración 22).

## 7.4. Listado de fuentes

### 7.4.1. Fuentes personales

Durante el mes de abril y principios de mayo se grabaron la mayoría de las entrevistas del documental. Primeramente, se grabaron los testimonios de representantes de asociaciones del transporte público y sindicatos, como Ester Rincón –representante de la Intersindical Valenciana– y Juan Ramón Ferrandis –secretario general de la Confederación General del Trabajo del País Valenciano y Murcia–. También se contó con los testimonios de representantes políticos como Carles García Mulet –senador de Compromís–, Fernando Arenas –teniente de alcalde del Ayuntamiento de Utiel–, Inma Alemany –alcaldesa del Ayuntamiento de Camporrobles– y Consue Vergara –alcaldesa de Las Cuevas de Utiel–.

Posteriormente se amplió el proyecto con entrevistas a otros perfiles como el de Adrián García –simpatizante de la Associació Valenciana pel Transport Públic– y Sara Serrano –periodista y directora de la cuenta @trenacamporrobles en Instagram–. También han participado vecinos de Camporrobles y Las Cuevas, como Amparo Martínez, Montse Viana, Use Viana, Arturo Solaz, Adelina Alonso, Puche y Yasmina.

También se cuenta con archivos y documentos inéditos sobre el municipio de Las Cuevas y de Camporrobles, ofrecidos por Use Viana, Montse Viana, Sara Serrano, Arturo Solaz y Raúl Atienza. Estos documentos han sido escaneados para añadir información contextual sobre el municipio y ampliar así la información que se muestra en el *webdoc*.

Respecto a usuarios directos del ferrocarril, se pueden encontrar los testimonios de Álvaro Carrión y Eva Mayordomo, estudiantes de la Universidad de Castilla-La Mancha que, hasta el cierre de la línea por el temporal, tuvieron que trasladarse de forma semanal al campus de Cuenca.

Por último, la entrevista a Ignacio Latorre –escritor e historiador de Requena– aporta el contexto sobre el origen de la línea y ayuda a contextualizar cada uno de los sucesos que se van relatando los capítulos posteriores.

### 7.4.2. Fuentes cuantitativas

Los datos cuantitativos provienen de dos fuentes diferentes:

Una fuente oficial proviene de Renfe Data –sin actualizaciones desde 2018–, para elaborar estadísticas relacionadas con el uso y la frecuencia de los pasajeros en los municipios que integran la red de Cercanías de la Comunitat Valenciana, más concretamente de Utiel, como último municipio de la Línea C-3. Una segunda fuente proviene de una encuesta realizada a 432 usuarios, en su mayoría pertenecientes geográficamente a la comarca de La Plana de Utiel-Requena (72,5% de los encuestados).

### 7.4.3. Fuentes documentales

El documental bebe en su mayoría del libro de Inmaculada Aguilar *Historia del Ferrocarril en las Comarcas Valenciana: La Plana Utiel-Requena*, publicado en 2008. Aunque cada capítulo está escrito por un autor diferente, se ha empleado información del libro prácticamente en su totalidad. En menor medida se ha obtenido información del libro *La Vía Férrea Baeza-Utiel: el tren que perdió el interior valenciano*, de José Alabau e Ignacio Latorre (2022), *Estaciones y Ferrocarriles Valencianos*, de Inmaculada Aguilar (1995) y *La vid y el vino en el País Valenciano*, de Juan Piqueras (1981).

Todas estas fuentes, tanto las cuantitativas como documentales, han sido referenciadas en un apartado específico de la sección de créditos de la web, ya que no han sido necesarias para la elaboración de esta memoria, pero sí para los contenidos digitales del documental interactivo.



### **3. Diseño de la web:**

En este apartado se recoge el proceso de elaboración de las creatividades, de las entrevistas y un plan de comunicación para dar a conocer el documental en Instagram a través de una cuenta oficial con el mismo nombre. Se empieza a trabajar en él durante el mes de julio, con las primeras propuestas visuales y la elaboración de la tipografía, continuando con la adaptación en la web y en los vídeos.

### **4. Memoria final:**

La memoria del trabajo se redactó durante el primer semestre de 2022, puesto que en un principio se iba a entregar el trabajo final de máster en esa convocatoria. Posteriormente se incluyeron nuevos apartados e información acerca del documental interactivo, una vez ya se había progresado en el diseño y la edición de los contenidos. Finalmente, se incluyeron los últimos apartados durante las dos últimas semanas de diciembre, para su entrega definitiva el 9 de enero de 2023.

## 8. Viabilidad del proyecto

El proyecto supone el empleo de tecnologías de bajo coste como Wix y otras herramientas gratuitas que ayudan a que la narrativa funcione a medida que se van avanzando en los capítulos, mientras se apoya en contenidos interactivos y audiovisuales. Es un proyecto viable en el sentido de que al tener una estructura definida permite que se adapte a otras plataformas como Korsakow o Klynt, o directamente programar todo el documental interactivo, para que el funcionamiento por *scroll* pase a mostrarse en diferentes pantallas y nodos, ofreciendo un esquema mucho dinámico de todo el proyecto.

Para la realización del proyecto es necesaria la contratación de la figura de un redactor de contenidos con conocimientos básicos en diseño gráfico, análisis de datos y nuevas narrativas transmedia. Aunque es un cargo multidisciplinar, perfectamente puede dividirse en dos perfiles: uno más centrado en la redacción de contenidos y dominio de *storytelling* y otro sobre diseño gráfico y dirección de arte.

Tabla 1. Tabla presupuestaria del proyecto.

Producto	Detalle (30 semanas)	Precio (con IVA)
Redactor de contenidos	8€/h x 4h durante 213 días	6.816€
Ordenador HP OMEN	Ordenador portátil. Precio original: 1400€/ 10 años	80,77€
Adobe Creative Cloud	19,66€/mes (descuento de estudiante aplicado)	157,28€
Wix	Dominio y web premium/ 1 año (descuento de estudiante aplicado)	120€
Timepath	Pago de 1 timeline de por vida	25€
Canon 80D	Cámara fotográfica. 700€/ 10 años	40,27€
Canon EF-S 18-55mm	Objetivo para cámara Canon. 220€/ 10 años	12,65€
Canon EF 50mm f1.8	Objetivo para cámara Canon. 179€/10 años	10,29€
SanDisk 128GB	18,90/ 3 años	3,62€
Micrófono de solapa	10,99€/5 años	1,26€
Micrófono Yeti Nano	89€/ 5 años	10,24€
<b>TOTAL</b>		<b>7.277,38€</b>



## 9. Conclusiones

A nivel de objetivos, el documental cumple su propósito de emplear las nuevas narrativas multimedia para ofrecer un enfoque diferente sobre el cierre de la línea entre Madrid, Cuenca y Utiel, apoyándose en las declaraciones de todo tipo de actores sociales.

Los recursos audiovisuales empleados ofrecen un amplio abanico de caminos para el propio interactor, que puede escoger entre ver el documental audiovisual en YouTube o acceder al documental interactivo a través del enlace web desde cualquier dispositivo.

En cuanto a los objetivos secundarios, los capítulos permiten abarcar todas estas cuestiones de forma detallada, aportando en conjunto una visión mucho más completa sobre una misma cuestión como es el cierre y el desmantelamiento de la línea.

Respecto al proyecto, han sido algunos los inconvenientes que han limitado el desarrollo de este a la hora de lograr un acabado mucho más profesional y técnico. El primero ha sido la falta de tiempo para elaborar todos los apartados, lo cual ha requerido el proyecto tuviese un desarrollo mayor de lo que le correspondería a un trabajo final de máster.

En el documental audiovisual, algunos de los audios de las entrevistas han tenido que ser mejorados mediante un software de limpieza de Adobe porque no se contaba con un micrófono de solapa, lo cual también ha producido efectos en la pronunciación de algunas palabras, y ha requerido una edición extra para intentar subsanarlo en la medida de lo posible.

Tampoco se ha contado con más cámaras para ofrecer puntos de vista alternativos mientras se realizaban las entrevistas. Solo se pudo emplear en una de las dieciocho entrevistas, lo cual le resta homogeneidad visual al proyecto.

Muchas de las entrevistas contaban con declaraciones muy interesantes que podrían haber encajado de forma más idónea en algunos capítulos complementando otros testimonios.

En cambio, se tomó la decisión de no repetir protagonistas en más de un episodio, por lo que se dejaron para el capítulo final, que actúa como epílogo de todo el proyecto.

A nivel de desarrollo web, muchas herramientas inmersivas no se han adaptado de forma idónea en la versión móvil, y en ocasiones los contenidos han requerido de una edición posterior para que ambas versiones se pareciesen lo máximo posible. Las limitaciones en conocimientos de programación son notables en algunos casos, pero se ha intentado siempre que fuesen visualmente atractivos para equilibrar esas carencias.

Por último, la segmentación del documental interactivo en capítulos ha supuesto que los límites entre secciones no estuvieran delimitados de forma definida. Por ejemplo, en los primeros capítulos se pueden detectar una gran variedad de similitudes a nivel de contenidos, pero se tratan desde diferentes perspectivas en el documental audiovisual. Eso ayuda a complementar la información de la web, pero puede ser confuso en algunas ocasiones.

En definitiva –pese a estas limitaciones–, *Desmantelando la Línea* cumple ampliamente sus objetivos y permite ser un instrumento de periodismo social divulgativo que puede ayudar de forma activa en la lucha contra el desmantelamiento de la línea. Permite al usuario conocer de forma amplia la problemática desde diferentes puntos de vista, aunque la decisión de implicarse o no más allá del proyecto siempre será una cuestión personal que deberá tomar él mismo.

## 10. Bibliografía

- 40deFiebre. (s.f.). ¿Qué es el diseño responsive? *40deFiebre*.  
<https://www.40defiebre.com/que-es/diseno-responsive>
- Abadal, E. [Ernest] y Guallar, J. [Javier]. (2010). *Prensa digital y bibliotecas*. Trea.
- Adobe Color. (2022). *Herramientas de accesibilidad. Seguro para daltónicos*.  
<https://color.adobe.com/es/create/color-accessibility>
- Alabau, J. [José]. (2016). La estación de ferrocarril de Utiel. Origen, desarrollo y malogro de un gran proyecto ferroviario. *Revista TST*, (31), 12-38.  
[https://www.tstrevista.com/tstpdf/tst\\_31/articulo31\\_01.pdf](https://www.tstrevista.com/tstpdf/tst_31/articulo31_01.pdf)
- Alonso del Barrio, E. [Estrella]. (2021). Hipertextualidad, multimedialidad y bidireccionalidad en los soportes lógicos para dispositivos móviles: Una revisión crítica. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(2), 437-447.  
<http://dx.doi.org/10.5209/esmp.71301>
- Arispe, C. [Claudia], Yangali, J. [Judith] y Guerrero, M. [María]. (2020). *La investigación científica: una aproximación para los estudios de posgrado*. Universidad Internacional del Ecuador.
- Barranquero, A. [Alejandro]. (2019). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 657-676.  
<https://doi.org/10.5209/esmp.64794>
- Bolinches, L. [Laura]. (2008). Cronología. En I. [Inmaculada] Aguilar, *Historia del Ferrocarril en las Comarcas Valencianas: La Plana Utiel-Requena* (pp. 245-249). Generalitat Valenciana.

- Bustos, M. [Miguel]. (2021, 6 de diciembre). Así es XCuenca, ¿obsolescencia intencionada? *Trenvista*. <https://www.trenvista.net/a-fondo/asi-es-xcuenca-el-polemico-proyecto-del-mitma/>
- Cairo, A. [Alberto]. (2011). *Visualizar*. Eureka Media.
- Carchano, M. J. [María José]. (2011, 3 de agosto). La estación fantasma del AVE en Requena. *Las Provincias*. <https://www.lasprovincias.es/v/20110803/comunitat/estacion-fantasma-requena-20110803.html>
- Chacón, I. [Inmaculada] y García, A. [Antonio]. (2001). Documentación para el periodismo especializado. *Revista General de Información y Documentación*, 11(2), 33-60. <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0101220033A>
- Chaguaceda, C. [Carlos] (2013). Crear contenidos; el oficio de comunicar. *Evoca: Comunicación Corporativa: al otro lado de la información*, (9), 29-33.
- Costa, C. [Carmen] y Piñeiro, T. [Teresa]. (2012) Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 10(2), 102-125. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156>
- Cuadrado, A. [Alfonso] y Planells, A. [Antonio]. (2013). Jugar el film: cutscenes y la génesis del modelo fílmico interactivo. *Archivos de la Filmoteca*, (72), 91-103. <https://www.archivosdelafilmoteca.com/index.php/archivos/article/view/474>
- Cytrynblum, A. [Alicia]. (2000). *Periodismo Social. Una nueva disciplina*. La Crujía.
- Domingo, I. [Isabel]. (2022, 29 de abril). El Gobierno comunica el cierre definitivo del tren entre Utiel y Cuenca. *Las Provincias*. <https://www.lasprovincias.es/economia/tren-utiel-cuenca-20220429100822-nt.html>

Echevarría, B. [Borja]. (2021, 2 de octubre). EL PAÍS lanza nuevo diseño en internet. *El País*.  
<https://elpais.com/comunicacion/el-pais-que-hacemos/2021-10-03/rediseño-web-el-pais.html>

El Español. (2022, 16 de diciembre). EL ESPAÑOL culmina su gran año como líder absoluto de la prensa española según datos de GfK DAM. *Invertia*.  
[https://www.elespanol.com/invertia/medios/20221216/espanol-culmina-absoluto-prensa-espanola-gfk-dam/726177601\\_0.html](https://www.elespanol.com/invertia/medios/20221216/espanol-culmina-absoluto-prensa-espanola-gfk-dam/726177601_0.html)

Fernández, R. [Rogelio]. (2003). En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental. *Ámbitos*, (9-10), 137-152. <http://hdl.handle.net/11441/52292>

Fernández, Y. [Yúbal]. (2021, 1 de octubre). Qué son las páginas web AMP, cómo funcionan y qué ventajas y desventajas tienen. *Xataka*. <https://perma.cc/F8FB-J94D>

Ferrer, R. [Roberto]. (2022). *Abrir las vías: la liberalización del tren de pasajeros en España*. [Trabajo final de máster]. Universitat Oberta de Catalunya.  
<http://hdl.handle.net/10609/146468>

García, D. [Daniel] y Abuín, N. [Natalia]. (2018). Hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización como parámetros de eficacia comunicativa en los sitios web de los partidos políticos españoles. *Communication & Society*, 32(1), 351-367. <http://dx.doi.org/10.15581/003.32.1.351-367>

García, J. [José]. (2016). "Lo imposible": Construyendo la ética del periodismo tras el "tsunami" digital. En J. [Juan] Suárez y J. [Jesús] Cruz, *Desafíos éticos en el periodismo digital* (pp. 29-50). Dykinson.

Gifreu-Castells, A. [Arnau]. (2013). *El Documental interactiu com a nou gènere audiovisual: estudi de l'aparició del nou gènere, aproximació a la seva definició i proposta de taxonomia i d'un model d'anàlisi a efectes d'avaluació, disseny i producció*. [Tesis

doctoral, Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra (director: Carlos Scolari)]. TDX. <https://www.tdx.cat/handle/10803/119606>

Gifreu-Castells, A. [Arnau]. (2014). *El documental interactivo: Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Editorial UOC.

Gómez, B. [Begoña]. (2016). El consumidor ante la infoxicación en discurso periodístico. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22(1), 313-327. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2016.v22.n1.52598](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52598)

Guallar, J. [Javier], Rovira, C. [Cristòfol] y Ruiz, S. [Sara]. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El profesional de la información*, 19(6), 620-631. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.08>

Helfer, M. [Michael]. (2015, 29 de abril). Semejanzas y diferencias entre documental y reportaje audiovisual [entrada de blog]. *Universidad Privada del Norte*. <https://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2015/04/29/semejanzas-y-diferencias-entre-documental-y-reportaje-audiovisual/>

Iglesias-García, M. [Mar] y Fernández, M. D. [María Dolores]. (2011) Ciberperiodismo: definiciones, desarrollo y tipología. En A. [Ainara] Larrondo y K. [Koldobika] Meso, *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0: La transformación del espacio mediático*, (pp. 437-452). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. <http://hdl.handle.net/10810/22405>

Inaquim. (2019). Placa de baldosas en la pared al sur de Portugal [Fotografía]. *iStock*. [shorturl.at/pqtwX](https://shorturl.at/pqtwX)

Inaquim. (2022). Placa de azulejos azules en la pared, calle de Portugal [Fotografía]. *iStock*. [shorturl.at/CHKV4](https://shorturl.at/CHKV4)

- IVACE. (2021). *Productos Cerámicos de Comunitat Valenciana*.  
[https://www.ivace.es/Internacional\\_Informes-Publicaciones/Sectores-enlaces/CERAMICOCV2021.pdf](https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Sectores-enlaces/CERAMICOCV2021.pdf)
- Jenkins, H. [Henry]. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Kantan Software. (2019, 21 de marzo). Software basado en la nube: cómo funciona y qué ventajas aporta. *Kantan Software*. <https://perma.cc/WT75-PXGX>
- Lab RTVE. (2018). Sin Huella Ecológica. *RTVE*. <https://lab.rtve.es/huella-ecologica/es/>
- Lab RTVE. (2020). BackUp. *RTVE*. <https://lab.rtve.es/lab/backup/>
- Lab RTVE. (2021, 29 de septiembre). El Lab de RTVE cumple 10 años: una apuesta por las nuevas narrativas que mezclan periodismo, tecnología y diseño. *RTVE*.  
<https://perma.cc/6CWV-ZK8R>
- Laboratorio de Periodismo. (2022, 24 de octubre). El tráfico procedente de lectores leales ya supera el 50% en algunos países europeos. *Laboratorio de Periodismo*.  
<https://laboratoriodeperiodismo.org/el-trafico-procedente-de-lectores-leales-ya-supera-el-50-en-algunos-paises-europeos/>
- Macrovector. (s.f.). Conjunto de trenes ferroviarios de estilo plano [Vector]. *Freepik*.  
[shorturl.at/flxFK](https://shorturl.at/flxFK)
- Marco, M. [Miguel]. (1973). *Historia Chica: Cuevas de Utiel*. Tele-Club Amanecer.
- Mayordomo, L. [Lorena]. (2021, 10 de marzo). Los estudiantes del Campus de Cuenca piden el restablecimiento del tren convencional. *Onda Cero*. <https://perma.cc/W3A7-6M6N>
- Millán, J. [José]. (s.f.). *Interactor*. [http://jamillan.com/v\\_interac.htm](http://jamillan.com/v_interac.htm)



- Miotto, G. [Giorgia] y Paine, G. [Gregory] (2019). Branded content: una nueva apuesta para el New York Times. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (17), 23-39. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2019.17.3>.
- Motimeiri. (2008). Blanco vieja Jerusalén estilo señal de calle [Fotografía]. *iStock*. <https://www.istockphoto.com/es/foto/blanco-vieja-jerusal%C3%A9n-estilo-se%C3%B1al-de-calle-gm95707351-5846161>
- La Moncloa. (2022, 15 de febrero.). *La iniciativa xCuenca permitirá utilizar los bonos Avant en todos los servicios AVE con Madrid y Albacete*. [Comunicado de prensa]. <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/transportes/Paginas/2022/150222-ave-cuenca.aspx>
- Llobet, L. [Liliana]. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? *UNirevista*, 1(3), 1-11. <https://www.docsity.com/es/la-funcion-social-del-periodismo-o-periodismo-social/5103975/>.
- López del Ramo, J. [Joaquín]. (2004). *Análisis del tratamiento informativo del transporte ferroviario en el diario ABC (1975-2001)*. [Tesis doctoral, Departamento de Periodismo II, Universidad Complutense de Madrid (director: Francisco Esteve Ramírez)]. E-Prints Complutense. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/7425/>
- Nafría, I. [Ismael] (s. f.). *El branded content en las empresas periodísticas del mundo anglosajón* [recurso de aprendizaje textual]. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- Nafría, I. [Ismael]. (2017). *La reinención de The New York Times. Cómo la "dama gris" del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Knight Center for Journalism in the Americas.

- Neyro2008. (2017). Azulejos florales motivos de estilo español marroquí. *iStock*.  
<https://www.istockphoto.com/es/vector/patrones-de-baldosas-con-flores-para-el-ba%C3%B1o-o-la-cocina-azulejos-florales-motivos-gm655446732-119353485>
- NFB. (2021a). Brainstream. *NFB*. <https://www.nfb.ca/interactive/brainstream>
- NFB. (2021b). Wayfinder. *NFB*. <https://www.nfb.ca/interactive/wayfinder/>
- NFB. (2022). Vimy: A Living Memorial. *NFB*. <https://livingmemorialvivant.ca/>
- Orihuela, J. [José]. (2015). *Los medios después de Internet*. Editorial UOC.
- Pérez-Tornero, J. [José]. (2008, 21 de septiembre). Jenkins: la convergencia mediática y la cultura participativa [entrada de blog]. *José Manuel Pérez Tornero*.  
<https://perma.cc/CA59-8LEX>
- Petrone, F. (Fernando) y Facundo. (2009). Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y bordajes posibles. *V Jornadas de Jóvenes Investigadores*.  
<https://www.aacademica.org/000-089/234>
- Prensa RTVE. (2020, 30 de enero). El Lab de RTVE estrena 'Backup', la primera serie documental en vídeo vertical para Instagram TV. *RTVE*. <https://perma.cc/7S79-UUJC>
- Prensa RTVE. (2021, 8 de octubre). 'BackUP', del Lab de RTVE.es, Premio de Periodismo de Investigación de la API. *RTVE*. <https://perma.cc/KER2-QVXT>
- Puro Marketing. (2016, 31 de marzo). Los adblockers están dando origen a una auténtica guerra de intereses en la publicidad online. *Puro Marketing*.  
<https://www.puromarketing.com/12/26772/adblockers-estan-dando-origen-autentica-guerra-intereses-publicidad-online>

- Quesada, M. [Montserrat] (1998): *Periodismo especializado*. Ediciones Internacionales Universitarias.
- Rama, L. [Leo]. (2021, 13 de diciembre). Adiós al tren Madrid-Cuenca-Valencia: el Gobierno da la estocada al pueblo de Ábalos. *The Objective*. <https://theobjective.com/espana/2021-12-13/tren-cuenca-valencia-gobierno-abalos/>
- Rico, M. [Manuel], Schmidt, N. [Nico] y Ferguson, J. [Juliet]. (2021, 25 de noviembre). El tren nocturno resucita en Europa pero pasa de largo por España. *InfoLibre*. [https://www.infolibre.es/politica/tren-nocturno-resucita-europa-pasa-espana\\_1\\_1213999.html](https://www.infolibre.es/politica/tren-nocturno-resucita-europa-pasa-espana_1_1213999.html)
- Rodríguez, T [Teófilo]. (2000). *Textos e hipertextos*. *Aula Abierta*, (75), 3-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=45481>
- Ruiz del Árbol, A. [Antonio]. (2013, 27 de enero). La sospechosa ubicación de once estaciones del AVE. *ElDiario.es*. [https://www.eldiario.es/economia/sospechosa-ubicacion-estaciones-ave\\_1\\_5571701.html](https://www.eldiario.es/economia/sospechosa-ubicacion-estaciones-ave_1_5571701.html)
- Camporrobles quiere tren. [@trenacamporrobles]. (2022). *Crónicas desde una estación de tren fantasma*. [perfil]. <https://www.instagram.com/trenacamporrobles/>
- Salaverría, R. [Ramón]. (2014). Multimedialidade: informar para cinco sentidos. En J. [João] Canavilhas, *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. (pp. 25-52). Livros LabCom.
- Salaverría, R. [Ramón]. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(1), 1699-2407. <https://perma.cc/TZT2-SHUL>

- Salinas, S. [Santiago]. (2016). La azulejería valenciana en Requena. Siglos XVII y XVIII. *Oleana: Cuadernos de Cultura Comarcal*, 30(20), 433 - 450.
- Scolari, C. [Carlos]. (2012, 9 de mayo). Más allá de la ficción. El documental transmedia [entrada de blog]. *Hipermediaciones*. <https://hipermediaciones.com/2012/05/09/mas-alla-de-la-ficcion-el-documental-transmedia/>
- Scolari, C. [Carlos]. (2013). Media Evolution: Emergence, Dominance, Survival and Extinction in the Media Ecology. *International Journal of Communication*, (7), 1418-1441. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1919>
- Solano, T. [Toni]. [@tonisolano]. (2021, 19 de diciembre). *Mientras Europa se plantea recuperar los trenes nocturnos y apuesta por redes potentes de ferrocarril para ir arrinconando el coche y el transporte de mercancías por carretera...* [tuit]. <https://twitter.com/tonisolano/status/1472579261450145794>
- Soria, C. H. [Carlos Hugo]. (2015). *Estrategias de comunicación y cambio del sistema ferroviario en España (1992-2012)*. [Tesis doctoral, Departamento de Geografía, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/16042>
- Soria, C. H. [Carlos Hugo]. (2017): "Información ferroviaria de alta velocidad en España: estudio temporal y temático de titulares de prensa en el diario El País". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1403-1417. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.58052>
- The Vimy Foundation. (2022, 9 de abril). Experience Vimy: A Living Memorial now! *The Vimy Foundation*. <https://vimyfoundation.ca/news/experience-vimy-a-living-memorial-now>

- Thomas, P. [Pack]. (2014). Build Your Own Website With Wix. *Information Today*, 31(7).  
<https://www.proquest.com/magazines/build-your-own-website-with-wix/docview/1559091472/se-2?accountid=15299>
- Yus-Girón, V. [Víctor]. [@viyusgi]. (2022, 15 de mayo). *Cosas divertidas para @lolailo\_madrid* [post]. <https://www.instagram.com/p/CdlsG-8j89x/>
- Villaplana-Ruiz, V. [Virginia]. (2017). Discursos sociales transmedia del webdoc en España. El caso del Lab de RTVE. En S. [Susana] Torrado, G. [Gabriel] Ródenas y J. [José] Ferreras, *Territorios transmedia y narrativas audiovisuales* (pp. 191-204). Editorial UOC.
- Voz Paralela. (2022, 20 de julio). *En vía muerta: Madrid-Cuenca-Valencia* [vídeo en línea]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vUPgqxuNjKo>
- Wais, F. [Francisco]. (1974). *Historia de los Ferrocarriles Españoles*. Editora Nacional.
- Wix. (2022). *Sobre nosotros*. <https://es.wix.com/about/us>
- Yuste, B. [Bárbara]. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. En *Revista de Estudios de Juventud (INJUVE)*, 108(14), 179-191.  
[http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108\\_14-nuevas-formas-consumir-informacion.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_14-nuevas-formas-consumir-informacion.pdf)
- Zomeño, D. [Daniel]; Blay-Arráez, R. [Rocío]. (2017). Diseño de formatos informativos en las redes sociales dirigidos al público millennial. El caso del Videonews de Playground. *El profesional de la información*, 26(6), 1184-1191.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.17>
- Zurita, J. [José]. (2019). El "engagement" y las nuevas narrativas en el diseño de la comunicación digital. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 1249-1261.  
<https://doi.org/10.5209/esmp.64836>

## Anexo 1. Secciones y capítulos



Ilustración 14. Menú principal.



Ilustración 15. Los protagonistas.



Ilustración 16. Capítulo I.



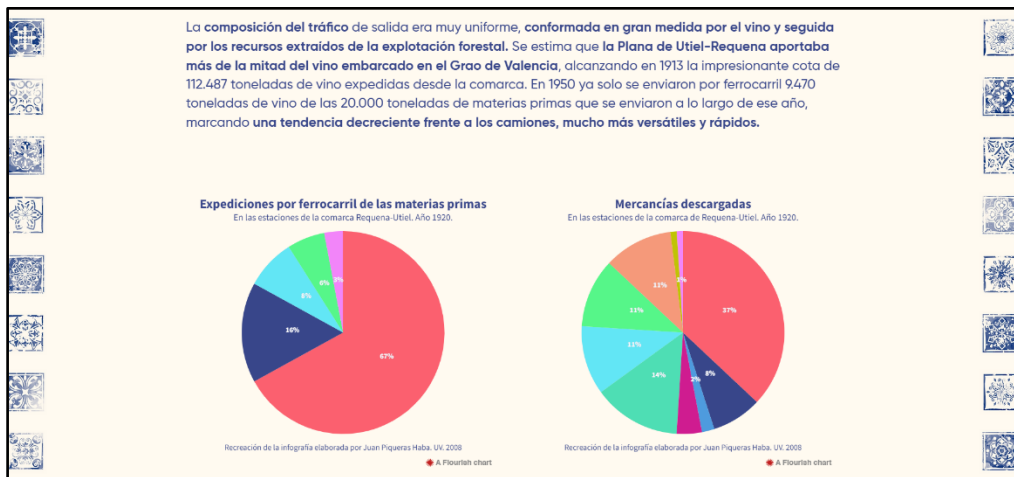


Ilustración 17. Capítulo II.



Ilustración 18. Capítulo III.



Ilustración 19. Capítulo IV.





Ilustración 20. Capítulo V.



Ilustración 21. Capítulo VI.

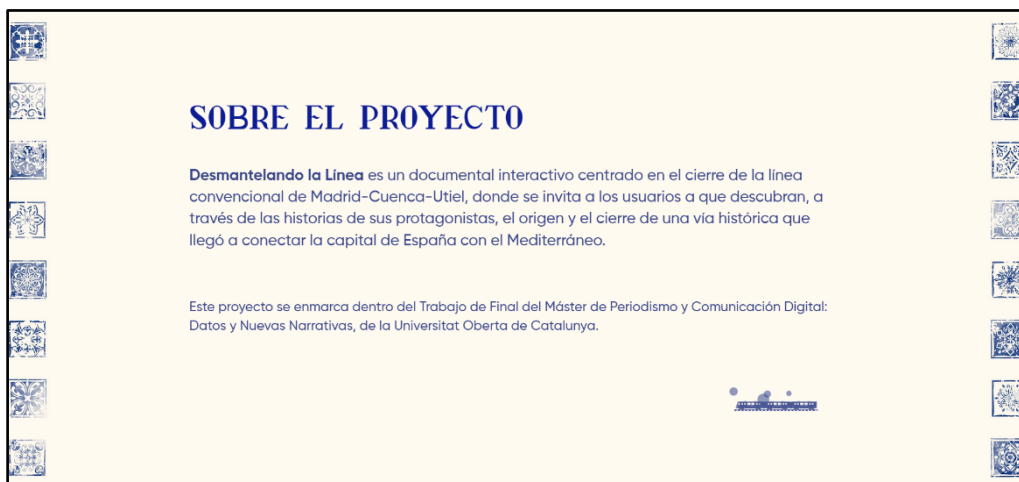


Ilustración 22. Créditos.