



Universitat  
Oberta  
de Catalunya

---

# INTERACTIUS EN EL CONTEXT MULTIPANTALLA

---

ANÀLISI DE LIMITACIONS I PROPOSTES DE SOLUCIÓ

Alumne: Oriol Quintana Royo

Tutor: Mario Pérez-Montoro

Treball Final de Màster

Periodisme i Comunicació Digital:  
Dades i Noves Narratives

Universitat Oberta de Catalunya

Gener de 2020

Resum: Les noves narratives digitals son un element ja habitual dins del periodisme i el nostre sistema comunicatiu. En moltes ocasions, aquestes peces que podem trobar contenen elements multimèdia i interactius que no es visualitzen de la mateixa manera des del format ordinador i des del format mòbil.

El que hem fet en aquest treball és posar en comú els dos formats de pantalla i comparar com actuen els diferents elements que integren aquests reportatges. Hem analitzat un total d'onze reportatges de diferents mitjans de comunicació reconeguts nacional i internacionalment amb les diferents plataformes. Primer hem fet un anàlisi individual per, a continuació, posar-lo en comú i fer-ne un anàlisi comparatiu.

En aquests anàlisis hem detectat els punts forts i aquells més dèbils dels diferents elements que trobem tant a ordinadors com a mòbils. Amb això detectat, hem fet una proposta de millora utilitzant els coneixements dels apartats més teòrics.

Per finalitzar, hem realitzat una proposta de prototipatge per a futurs productes que responguin a les característiques semblants als que hem analitzats i hem tancat com a conclusió amb un anàlisi heurístic on hem recollit els principals problemes i les seves possibles solucions.

Paraules clau: reportatge; multimèdia; interactivitat; multiplataforma

Abstract: The digital storytelling is nowadays a common element in the journalism industry and our communicative system. In many occasions, these reports that we can find may contain multimedia and interactive elements that we cannot visualize the same way in the computer's format and the smartphone's one.

In this investigation we put in common these two screens format and we compare how the elements act in these reports. We have analysed in total eleven reports of different digital media recognised national and internationally in two different platforms. First of all, we make an individual analysis in order to put in common after and generate a comparative analyse.

In this analysis we find strengths and weaknesses of the different elements that we can see in the computer and smartphone reports. Then, we make an improvement proposal using the knowledge of the theoretical sections.

We conclude with a prototype's proposal for future products that have similar characteristics of reports analysed and we close as a conclusion with a heuristic analysis where we have gathered up the main problems and their possible solutions.

Keywords: report; multimedia; interactive; multiplatform

## Sumari

1. Introducció.....	4
2. Marc teòric.....	6
2.1. L'arribada de les noves narratives comunicatives.....	6
2.1.1. La interactivitat i els diferents nivells narratius.....	7
2.1.2. Accessibilitat.....	8
2.1.3. Participació.....	8
2.2. Periodisme estructurat.....	8
2.3. Visualització de la informació.....	9
2.3.1. Taxonomia.....	9
3. Metodologia de l'estudi.....	11
3.1. Objecte d'estudi.....	11
3.2. Objectius.....	12
3.2.1. Objectius generals.....	12
3.2.2. Objectius específics.....	13
3.3. Criteris.....	13
4. Possibles solucions en format mòbil.....	15
4.1. Hamburguer Menu.....	15
4.2. Barra de pestanyes.....	16
4.3. Secundàri Plus.....	17
4.4. Botó flotant d'acció.....	18
4.5. Navegació a pantalla completa.....	19
4.6. Navegació basada en gestos.....	20
4.7. 3D Touch.....	21
5. Anàlisis.....	23
5.1. El viaje del Cano - RTVE Lab.....	23
5.2. Buscando refugio para mi hijo - Huella Digital.....	27
5.3. Desaparecidos - El Universal.....	30
5.4. Cuadernos de coimas - RTVE Lab.....	33
5.5. 37 vides segades al Mediterrani - Diari Ara.....	36
5.6. What #eclipse2017 looked like across the country - The Washington Post.....	39

5.7. Snow Fall - The New York Times.....	42
5.8. The Dawn Wall - The New York Times .....	47
5.9. Connected China - Reuters.....	49
5.10. Tengo 10 años y estreno móvil - El País.....	53
5.11. Los dos entierros de Franco - RTVE Lab.....	55
6. Anàlisi dels resultats.....	59
7. Proposta de prototipatge .....	61
8. Conclusions.....	65
9. Bibliografia.....	68
10. Webgrafia dels productes analitzats.....	70
11. Annex .....	71

## **1. Introducció**

El món de les noves narratives de comunicació ens han seduït a molts. Grans capçaleres han apostat amb força per presentar la informació d'una manera diferent a la que es feia fins ara combinant elements que fins fa uns anys anaven per lliure i ara es retroalimenten. El format multimèdia i interactiu obre un horitzó que sembla que, per ara, no acabarà, sinó que anirà a més però que encara mostra algunes mancances.

Aquest treball es centrarà en trobar els problemes que representa aquest gènere en diferents formats al ser consumits. La gran majoria dels reportatges d'aquest tipus que podem gaudir funcionen molt bé des de l'ordinador però quan canviem aquest format, trobem una sèrie de dificultats per gaudir-ne en plenitud.

L'idea del Treball de Final de Màster va sorgir fa bastant temps. Hem sigut usuaris d'aquesta nova narrativa de comunicació com a consumidor però també hi hem treballat com a professional. Un dels fets sorprenents que ens vam trobar va ser al intentar consumir aquestes peces des del mòbil o tauleta. Allò que es veia bé des de l'ordinador no ho feia des del mòbil. Gran part del contingut multimèdia i interactiu es perdia.

Resulta sorprenent que dues de les tendències que van més a l'alça en el futur del periodisme i de la comunicació com serien el periodisme mòbil i les noves narratives comunicatives xoquin entre sí i des del mòbil no es pugui accedir a alguns dels continguts amb noves narratives comunicatives.

Creiem que la multiplataforma, l'atribut de diferents continguts a adaptar-se a diferents plataformes informàtiques, és un dels elements que més importància tenen en el periodisme del futur. Segons les dades del mitjà de comunicació natiu a internet i en creixement a les que hem tingut accés, Culemanía (<https://www.culemania.com/>), el passat 17 d'octubre va visitar el lloc web 47.000 usuaris, un 90,9% d'aquests entraven des del mòbil, 7,6% des de l'ordinador i un 2,7 per tauleta. Dades que tot i ser un mitjà de comunicació modest es poden extrapolar a la resta de mitjans (Culemanía, 2019).

Aquestes dades es refermen amb l'últim estudi de l'Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación de l'abril i el maig de 2019, on

expliquen que el 93,7% dels usuaris que consulten internet ho fan mitjançant el mòbil. En segon lloc, l'aparell més utilitzat és l'ordinador personal portàtil amb el 51%. El segueixen la *smart tv* (35,8%), ordinador de sobretaula (34,1%) i tauleta (30,9) (AIMC, 2019)

Els objectius d'aquest treball son bàsicament dos. Primerament fer un anàlisi de peces periodístiques interactives diferents que han tingut gran ressò i importància dins de mitjans importants d'àmbit estatal i internacional com el The New York Times, RTVE Lab, Reuters o El País. No ens volem centrar només en trobar aquelles deficiències entre format ordinador, mòbil i tauleta. En segon lloc, volem crear una petita guia per donar solucions als productors d'aquests reportatges per adaptar els seus continguts als altres formats més petits. En poques paraules, aportarem una guia per fer que aquests continguts puguin ser gaudits i siguin *responsive*.

## **2. Marc teòric**

Le noves narratives comunicatives han arribat al món del periodisme per quedar-se. Les variants clàssiques conegudes com l'imprès, la ràdio i la televisió han vist com han sorgit noves iniciatives digitals gràcies a l'aparició d'internet, entre d'altres causes. Aquesta nova manera de fer es va anar construint amb la combinació de diferents elements per a crear nous continguts.

Aquestes peces han arribat a les nostres mans en diferents plataformes, les mateixes amb les quals ens connectem a internet i consumim la informació com son mòbil, ordinador, tauleta; etc. Moltes d'aquestes peces han estat pensades per ser consumides en la plataforma d'ordinador i quan surten d'aquesta, es troben mancances. Tant en tauleta com en smartphone, dos dels formats més utilitzats, perden part del seu contingut i de la seva funcionalitat narrativa.

Al llarg dels anys aquest tema no ha tingut la investigació i el grau d'aprofundiment de la problemàtica de l'adaptació dels continguts. S'han tractat temes com les noves narratives digitals (Pérez-Montoro, 2018) o el periodisme mòbil (Dunjó, 2013) per separat però mai han entrat en comú en una investigació conjunta.

Estructurarem el nostre marc teòric en tres grans punts. Primerament, explicarem com van arribar les noves narratives comunicatives en l'àmbit periodístic i tractarem concretament característiques com la interactivitat o l'accessibilitat per part de l'usuari. També farem una aproximació al periodisme estructurat i a la visualització de la informació, dos elements importants per a que es doni aquest tipus de noves narratives comunicatives.

A continuació, citarem breument aquells elements inherents a aquets nou model narratiu. Cal destacar la interactivitat, l'accessibilitat i la participació que tenen els diferents usuaris respecte les diferents peces. Un dels altres punts que cal mencionar és la visualització de la informació que configuren una nova narrativa. També cal recalcar l'aparició del periodisme estructurat, que parteix d'històries que es codifiquen per fer de base de noves històries.

### **2.1. L'arribada de les noves narratives comunicatives**

El periodisme clàssic va sorgir amb l'ús del text com a vehicle narratiu suportat, en algunes ocasions, per imatges, taules i gràfics que acompanyaven el discurs argumentatiu. Això ha deixat de ser així. El panorama ha canviat. En moltes ocasions ja no hi ha un element que destaquí per sobre dels altres. S'han combinat i han aparegut les noves narratives comunicatives. Això no ha sortit del no res, hi ha un context que ha propiciat la seva creació. Dos d'ells son els avenços tecnològics i la cerca de nous models de negoci que garanteixen la sostenibilitat econòmica de mitjans de comunicació i han revolucionat aquests esquemes informatius (Pérez-Montoro, 2018).

El ràpid desenvolupament d'internet ha permès crear noves iniciatives digitals més enllà de les variants clàssiques com a l'imprès, la ràdio i la televisió. Les tecnologies del web han facilitat la creació de nou contingut que comprèn més que una estàtica combinació de text i imatge (Pérez-Montoro, 2018).

El periodisme clàssic va viure com s'incorporava a la construcció de les notícies altres elements com àudios i vídeos; entre molts d'altres. Però el que cal destacar és la incorporació de la interactivitat en aquells continguts nous que permeten al consumidor convertir-se en un actor central a la nova narrativa i les formes comunicatives. Sense el paper actiu de l'usuari no podríem parlar de noves narratives comunicatives (Pérez-Montoro, 2018).

Un altre dels trets a remarcar, com ho fa Pérez-Montoro (2018), és que "no només s'han consolidat pels avenços de les tecnologies web sinó que també es deu a l'evolució dels aparells digitals per consumir aquesta tecnologia i aquests continguts. L'ús dels ordinadors convencionals però específicament el mercat dels aparells mòbils (tauletes i smartphones), que han significat un potencial complet a aquests nous propòsits narratius". Els usuaris ja no només gaudeixen d'internet des del seu ordinador -portàtil o de sobretaula-, fa temps que han entrat en joc altres elements com els mòbils, tauletes o els televisors intel·ligents.

### **2.1.1. La interactivitat i els diferents nivells narratius**

La interactivitat és un dels elements indispensables per aquestes noves narratives comunicatives. Es pot entendre com a una relació potencial d'un diàleg bidireccional entre el sistema i l'usuari. En altres paraules, com l'usuari o consumidor intervé en el producte periodístic. Es deixa d'utilitzar amb tanta freqüència els canals unidireccionals. Normalment, aquests diàlegs tenen un objectiu específic, que és portar algun tipus d'activitat a l'usuari que signifiqui un tipus de manipulació del sistema (Pérez-Montoro, 2018).

A continuació us presentem diferents nivells de narrativa on podem trobar cert nivell d'interactivitat. Bàsicament en serien dos. Els continguts on l'usuari es pot moure i ho fa mitjançant *scroll*, movent el cursor cap avall, és un clar exemple d'aquest nivell d'interacció més baix. Al nivell més alt trobem aquells projectes on l'usuari crea, transforma el nou contingut i estableix les noves narratives estratègiques per al consum del nou producte explorant els recursos narratius.

Un exemple d'aquest últim tipus de peces -on la interactivitat és més alta- és *Mil mujeres asesinadas*, creat pel Laboratorio de Innovación Audiovisual de RTVE (<https://lab.rtve.es/mil-mujeres-asesinadas/>). Més enllà de l'interès del reportatge, té un element interactiu molt interessant. Permet a les pròpies afectades participar a la peça i explicar la seva experiència, ja sigui mitjançant àudio, text o vídeo. Passen de ser consumidores a productores (Hernanz & De Antonio, 2019).



Per Pere Freixa (2019), la interactivitat pot ser considerada com a un valor inherent dels mitjans de comunicació que es caracteritza amb el text digital. També destaca la complexitat del paper que juga la interactivitat en una peça. El procés de la idealització o de la creació de temes interactius es un dels exercicis altament especialitzat que requereix habilitats relacionades amb el disseny de la interfície, la usabilitat, l'estructura de la informació i la codificació de continguts; entre d'altres. No és un procés simple d'edició (Pérez-Montoro, 2018).

### **2.1.2. Accessibilitat**

Una de les contribucions més importants de la interactivitat al periodisme online ha estat permetre l'accés públic de les històries dels esdeveniments i la documentació que els suporta. L'accés a la informació va, en nombroses ocasions, de la mà amb la invitació de participar a les històries (Pérez-Montoro, 2018). En alguns casos poden donar les seves opinions o participar en el producte, com en el cas anterior de *Mil mujeres asesinadas*. (Hernanz & De Antonio, 2019).

Aquest intercanvi d'informació entre usuaris no passaria si el disseny web de les visualitzacions de dades, del periodisme estructurat o documentals interactius no estimulessin o facilitessin l'accés a la informació. Pere Freixa (2019) afegeix que constantment s'utilitzen recursos propis dels videojocs (altrament dit *newsgaming*) per agafar idees sobre la usabilitat i la interacció persona-ordinador (Pérez-Montoro, 2018).

### **2.1.3. Participació**

Lligat amb el punt anterior, una de les claus en les peces interactives és la participació dels usuaris. És més, en algun cas poden, fins i tot, arribar a generar continguts. Alguns documentals incorporen un espai per conèixer o intercanviar històries. Un exemple d'això és el reportatge *En la Brecha* dels Laboratoris de RTVE (<http://lab.rtve.es/webdocs/brecha/home/>) on dones treballadores expliquen les seves dificultats en el mercat laboral (Reig Valera, 2018).

## **2.2. Periodisme estructurat**

El periodisme estructurat parteix d'històries que es codifiquen per fer de base de noves, com un calaix de sastre. És un procediment informatiu que es retroalimenta periòdicament amb noves dades. Hi ha una unanimitat en considerar el projecte *Chicagocrime.org* de l'any 2005 com a un predecessor i inspirador del que hem considerat periodisme estructurat (Freixa, Pérez-Montoro, & Codina, 2017).

Com explica Pere Freixa (2019), aquest tipus de periodisme suposa contemplar el fet informacional des d'una perspectiva sistèmica, on les diferents parts del

projecte es retroalimenten i configuren una obra informativa exhaustiva. Suposa concebre el fet noticiable des d'una dimensió temporal en que el relat periodístic sobrepassa la immediatesa del present i es revaloritza com a element d'arxiu que complementa el valor del conjunt.

### **2.3. Visualització de la informació**

Si la interactivitat és un dels punts clau en les noves narratives periodístiques, també hem d'afegir la visualització de la informació. Els nous hàbits de consum del periodisme no es limiten a textos, imatges i àudios. Existeixen gràfics que serveixen per a simplificar informacions i presentar-les més clares a la vegada que atractives configurant així una nova forma de narrativa.

En aquest nou context digital, aquest rol de la visualització dels continguts i de la informació té una importància central. A diferència del que passava amb el periodisme clàssic, els elements visuals ja no ocupen un rol secundari. Gràcies a la dimensió interactiva, aquests productes visuals ocupen ara una posició predominant de la narrativa de las noves històries (Pérez-Montoro, 2018).

La visualització s'expandeix al llarg de les pantalles dels nous aparells, els continguts visuals es poden oferir en tota la seva esplendor i juguen un paper molt important capturant els lectors. Com diuen Montero-Pérez i Veira-González (2019), les informacions-visualitzacions amb el seu poder analític i narratiu poden ajudar a atraure i a retenir nous usuaris. Molts mitjans de comunicació han dedicat apartats als seus continguts d'aquests tipus com el The New York Times, El País o el Diari ARA.

Un dels elements importants en la visualització de la informació son els grafismes. Cal fer una diferenciació entre dos tipus de visualitzacions: les infografies i la visualització de dades. Les infografies son representacions gràfiques que combinen text i imatges per presentar una informació que explota estructures visuals i on els usuaris poden tenir percepcions diferents. Aquestes poden contenir visualització de dades que, per altra banda, es tracta de representacions abstractes de relacions de dades. En aquest cas, la visualització pot ser explorable i sense guia mentre que les infografies necessiten la mirada del creador de la informació. (Pérez-Montoro, 2018).

#### **2.3.1. Taxonomia**

Aquests visualitzacions s'han d'integrar en nombroses ocasions amb text, visualitzacions estàtiques o altres elements multimèdia. En aquest sentit, hem d'adaptar el contingut a diferents plataformes de consum però no només això sinó que també a resolucions, contextos, hàbits, capacitats i assequibilitats diferents (Pérez-Montoro, 2018).

El problema que molts cops trobem en aquests casos es que el contingut ha de ser *responsive*, una tècnica de disseny web que busca que els continguts es visualitzin de manera correcta en diferents dispositius, per tal que l'acció de l'usuari sigui entesa pels diferents elements interactius. Això no ha estat adaptat per molts mitjans de comunicació i es crea una ruptura en el procés comunicatiu: l'usuari no pot arribar a consumir el missatge com aquest havia estat pensat per l'emissor.

Podem diferenciar entre diferents tipus de grups segons els problemes de lectura d'un reportatge. Els productes associats al que serien el primer grup és l'excessiu pes de les pàgines que suporta aquest tipus de navegació o perdre's en l'exploració del relat, com és en algun cas, el *scroll*. Els productes associats al segon grup té relació al productes complets i son molt més complexos de resoldre's. No només es tracta d'un problema de càrrega (Pérez-Montoro, 2018).

### 3. Metodologia de l'estudi

En aquest treball realitzarem uns anàlisis qualitius de diferents reportatges escollits de manera arbitrària amb l'objectiu de diferenciar aquells elements que suposen una alteració en el contingut en format ordinador i en format mòbil. A continuació donem tots els detalls de l'estudi realitzat.

#### 3.1. Objecte d'estudi

L'objecte d'aquest treball és fer un anàlisi de diferents reportatges multimèdia interactius de mitjans de comunicació de diversos països, tant nacionals com internacionals. Estudiarem un total de onze reportatges de diferents mitjans de comunicació i en diferents idiomes per a posteriorment posar les conclusions en comú. A continuació els presentem.

The Dawn Wall	The New York Times
Snow Fall	The New York Times
Buscando refugio para mi hijo	Huella Digital
Desaparecidos	El Universal
What #eclipse2017 looked like across the country	The Washington Post
El Cano: la gesta de los Pioneros	RTVE Lab
Los dos entierros de Franco	RTVE Lab
Cuadernos de coimas	RTVE Lab
Connected China	Reuters
Tengo 10 años y estreno móvil	El País
37 vides segades al Mediterrani	Diari Ara

Taula 1. Títol i mitjà dels diferents reportatges analitzats.

La tria d'aquests ha sigut totalment personal i arbitrària amb l'ànim d'escollir diversos models bastant diferents i que ens exemplifiquin els diversos tipus de reportatge que podem trobar avui en dia en els mitjans de comunicació. Tots aquells que hem triat formen part de mitjans amb gran prestigi, amb molta reputació i reconeguts per la seva tasca en el món del periodisme digital.

Hem escollit dos reportatges del The New York Times degut a la seva gran importància en el món del interactiu. Sense anar més lluny, un dels que analitzarem, *Snow Fall*, va ser premiat l'any 2013 amb el premi Pulitzer i el Peabody Awards destacant que es tracta d'un "espectacular exemple del potencial de les narratives digitals, el web combina el reportatge tradicional d'una allau mortal amb un imponent vídeo topogràfic". (McAthy, 2013)

Pel que fa als reportatges del Laboratori Audiovisual de RTVE els hem triat pel fet d'adaptar un nou model de fer periodisme que no és habitual i que ha estat premiat al llarg del 2019. Un dels premis rebuts va ser pel reportatge a analitzar

de *Cuadernos de coimas*, premiat amb els premis ÑH2019 que destaca els millors dissenys periodístics d'Espanya, Portugal i Amèrica Llatina. (Lab RTVE, 2019)

Les peces d'altres mitjans que també hem analitzat son del Diari ARA, el Universal o la agència Reuters i han estat premiades en nombroses ocasions pels seus productes multimèdia i interactius. El mitjà català ha participat i ha estat premiat amb diferents premis des de l'any 2014 (Diari ARA, 2019). També Reuters va acumular nominacions per *Connected China*. Concretament el 2013 Data Journalism Award (de la Society of American Business Editors and Writers), Fast Company's Innovation (de la Design Awards), 2014 Best American Infographics (de Houghton Mifflin Harcourt) i 2013 Livingston Young Journalist Awards (de Reuters Journalist of the Year Awards for Storytelling Innovation of the Year) (Jay Liu, sense data). Per la seva part, *Desparecidos* del Universal va obtenir el premi a millor cobertura multimèdia dels Premis Ortega i Gasset l'any 2016. (Robert, 2016)

Els altres reportatges que analitzem no destaquen tant pels premis obtinguts sinó que ho fan pels diferents elements que hi predominen. A *Tengo 10 años y estreno móvil* és un reportatge presentat en format Whatts App; *Buscando refugio para mi hijo* destaca la gran quantitat de fotografies de la peça i *What #eclipse2017 looked like across the country* pel seu conjunt visual (mapes, imatges i vídeos).

### **3.2. Objectius**

En aquest treball ens hem marcat dos tipus d'objectius: dos de principals i diferents d'específics. El primers corresponen als motius pels quals hem elaborat aquest treball mentre que els secundaris complementen i aporten solucions als principals.

#### **3.2.1. Objectius generals**

El principal objectiu d'aquest treball és realitzar un anàlisi comparatiu qualitatiu dels diferents elements que configuren un reportatge multimèdia i comparar-los en el format ordinador i en el format mòbil. També identificar les principals diferències. En aquest sentit, volem comprovar si la informació que se'ns vol donar és la mateixa, millora o empitjora. En termes generals, com es veu afectada.

En relació amb el punt anterior, volem proposar una guia de solucions i donar consells específics sobre com es podrien millorar aquestes peces mitjançant eines pròpies del format mòbil: en destacarem els detalls a millorar i en farem una proposta de prototipatge.

### **3.2.2. Objectius específics**

A part d'estudiar com s'adapta aquest contingut al format mòbil, també volem analitzar diferents elements d'aquests reportatges. Aquests objectius específics a tenir en compte son:

- Analitzar com varia el grau d'interactivitat del format d'ordinador al format mòbil i quin tipus de narrativa és la més freqüent.
- Observar quin paper tenen els elements multimèdia en els dos tipus de plataforma i com canvia d'una a l'altra.
- Detectar aquells reportatges que han realitzat canvis d'un format a un altre, de quina manera ho han fet i quin resultat ha obtingut.
- Proposar solucions a aquells reportatges per a format mòbil que tinguin parts millorables.
- Elaborar un prototipatge com a possible guia per a futurs problemes. Agafarem aquells defectes analitzats i els hi donarem una resposta adequada al periodisme mòbil.

### **3.3. Criteris**

Al llarg d'aquest treball analitzarem un seguit de reportatges multimèdia interactius en dues plataformes: mòbil i ordinador. Aquests corresponen a diferents mitjans de comunicació. Per fer l'anàlisi, farem una investigació generalment qualitativa. Concretament, es realitzarà un estudi inductiu: s'analitzarà cadascun dels elements i aspectes que son presents en un reportatge multimèdia per posteriorment, i mitjançant un anàlisi comparatiu, posar-les en comú i poder extreure unes conclusions generals.

El principal criteri d'anàlisi que tindrem en compte son dos: com està presentat en ordinador i com ho fa en format mòbil. A partir d'aquí desenvoluparem altres anàlisis.

Iniciarem els nostres anàlisis explicant la temàtica del reportatge amb una breu descripció. A continuació, ens centrarem amb els diferents elements que conformen un reportatge multimèdia com son els diferents elements (gràfics, imatge estàtica, imatge en moviment, àudio i text) i quins predominen o com estan compensats al llarg de la peça.

La llibertat i les possibilitats que te l'usuari dins el reportatge és un aspecte molt important en el món de la interactivitat. Per obtenir resultats fiables, ens posarem en la situació de l'usuari i així podrem definir els diferents graus d'interactivitat del producte informatiu. L'usuari pot estar encasellat dins la peça o moure's lliurement. També estudiar els enllaços per aprofundir en aquella informació o aportar contingut per a altres usuaris.

En aquest sentit, també detallarem quin tipus de narrativa s'ha utilitzat en les diferents peces. Quines han predominat i com ho fan per adaptar-les en format mòbil. Amb això ens podem fer una idea sobre quin tipus de narrativa s'adapta millor a la petita pantalla i quina predomina en els reportatges estudiats.

Per finalitzar l'anàlisi general farem un estudi sobre com funciona la navegació del reportatge: com s'organitzen els elements, quins problemes dona, quina càrrega te la pàgina; entre d'altres. Això provocarà que ens fixem més en aquells punts interessants que poden canviar en el format mòbil.

Entrant en la matèria específica que ens ocupa, compararem en un apartat aquells canvis de l'ordinador al format mòbil. En moltes ocasions les peces pensades en format horitzontal pateixen canvis quan la pantalla es redueix i es transforma en vertical. Veurem com canvia el contingut i quins elements desapareixen o es modifiquen i, sobre tot, si varia l'essència del reportatge i aquell missatge que ens volien donar.

Hi ha infinitat d'elements multimèdia i interactius i alguns encara no tenen el seu lloc dins el món del smartphone. En aquest sentit, volem veure quins funcionen, quins no, i quins s'haurien de modificar per veure com el contingut no perd tanta força.

Mitjançant una taula detallarem aquells elements que cal mantenir en el format mòbil, aquells a eliminar i aquells que s'haurien de modificar. La pantalla de l'ordinador i la del mòbil funcionen de manera diferent així com els seus hàbits de consum. No tots els elements rendeixen de la mateixa manera a ambdós llocs.

Per completar aquest apartat, hem decidit donar idees i possibles solucions a aquells elements que nosaltres considerem millorables. Per fer-ho utilitzarem elements que estan presents en el periodisme mòbil i que en algunes peces periodístiques en format vertical les trobem a faltar.

## 4. Possibles solucions en format mòbil

Molts dels continguts que estudiarem a continuació tenen sèries dificultats en adaptar el seu contingut en format mòbil mentre que a l'ordinador es veuen perfectament. Per aquest motiu, volem presentar diferents patrons de navegació mòbil que podem utilitzar per tal que els usuaris puguin gaudir del relat sense complicacions. Depenent del tipus d'informació que es tracta, els seus elements multimèdia i el tipus de narrativa es més recomanable utilitzar-ne un o un altre. Aquests patrons han estat dissenyats per solucionar aquests problemes de usabilitat. (Babich, 2017)

### 4.1. Hamburguer Menu

Hamburguer Menu o botó de menú es tracta d'un disseny on s'amaga part del contingut, normalment el menú i es pot activar mitjançant una pestanya o gest. Normalment això succeeix al marge esquerre de la pantalla. Un exemple d'aquest tipus de menú seria la Play Store d'Android o l'aplicació del Gmail de Google.



Figura 1. Imatge del Hamburguer Menu.

#### Punts forts

- Pot acollir un gran nombre d'opcions de navegació, es poden afegir diferents opcions al menú en un espai reduït.
- Neteja el disseny. Aquest tipus de menú permet alliberar contingut de la pantalla amagant-ho en un menú lateral. Pot ser útil per tal que l'usuari es centri en el contingut principal.



### Punts dèbils

- Passar desapercebut. Un dels punts negatius que té aquest tipus de menú és que no està a la vista directament i pot passar per alt. Normalment es presenta com a una petita icona. Tot i això, molts usuaris ja s'han habituat a aquest tipus de menú i en són conscients de la seva existència.
- Xocs en diferents plataformes. El botó de menú és present en moltes de les aplicacions d'Android però a la plataforma d'Apple és difícil d'implementar sense combatre elements bàsics de la seva navegació.
- Amaga la informació quan l'activem. Quan consultem el menú, la informació que estàvem visualitzant desapareix i se'ns obre el menú (normalment). Això causa que si es mou pel menú, l'usuari es pugui sentir desorientat i perdi el fil narratiu del relat.

### Quan utilitzar-ho?

El principal inconvenient d'aquest tipus de menú és la poca visibilitat o que passi desapercebut. Per tant, no podem posar funcions bàsiques ja que per alguns usuaris pot passar per alt. La millor opció és indicar seccions o funcions secundàries que farien nosa a la pantalla central del smartphone.

## **4.2. Barra de pestanyes**

El patró de barres de pestanyes s'inspira en el disseny d'escriptori. Conté poques opcions per escollir -unes quatre o cinc- i et pot portar a qualsevol lloc de la peça. Un exemple d'aquest tipus de disseny és el menú superior de l'aplicació de Facebook per Android o la barra inferior de l'aplicació Twitter. Aquest model està sempre present a la part superior o inferior de la pàgina. [Consultar Figura 2]

### Punts forts

- No passa desapercebuda. Sempre està present a la pàgina mitjançant icones i pot portar directament a una de les parts de l'aplicació o del reportatge en el cas que ens ocupa.
- D'accessibilitat fàcil. Normalment aquests menús s'ubiquen a la part inferior del disseny i això facilita que els usuaris el puguin utilitzar. No s'ha d'activar un botó -com és el cas del botó de menú- i amb una mà agafant el mòbil es pot fer servir.

### Punts dèbils

- Les opcions presentades són limitades. Si es volen ficar més de cinc opcions al menú, la informació es veurà molt atapeïda. Per tant, si hem de ficar-hi moltes opcions, aquesta aposta no ens ajuda en excés.

## Quan utilitzar-ho?

Si tenim un reportatge amb diferents apartats però no molts -no més de cinc-, el menú de pestanyes pot ser una bona opció. Et dona accés a diferents opcions en un sol toc i ràpidament. Dues de les recomanacions per utilitzar aquest menú és ordenar les diferents opcions de navegació i fer-ho amb una correcta visualització: amb icones prou clares i que sempre ens indiqui on es troba l'usuari.



Figura 2. Imatge del menú Barra de pestanyes.

### 4.3. Secundari Plus

Aquest model de menú tracta de col·locar els elements menys importants en un botó apart amb el símbol de “+” (plus). En nombroses ocasions això ho podem trobar quan és un contingut que no ha estat tractat per a mòbil i el propi disseny de la pàgina ho presenta d'aquesta manera. Fins fa poc, el diari anglès The Guardian utilitzava aquest model però ja han passat a un Hamburguer menu. [Consultar Figura 3]

#### Punts forts

- Aquest menú permet destacar alguns apartats per davant d'altres i això pot facilitar la navegació a l'usuari.
- En cas d'utilitzar el format horitzontal aquest menú no resta immòbil sinó que s'amplia i varia depenent de la pantalla utilitzada. El mateix passa quan utilitzem la tauleta per davant del mòbil. És molt adaptatiu.

#### Punts dèbils

- Pot ocultar algunes opcions importants pels usuaris. El fet d'agrupar unes seccions com a prioritàries i d'altres com a secundàries fa que ens devem a un criteri que potser no és el nostre.

- En termes de reportatge, podem perdre part del nostre contingut, que quedarà amagat dins els opcions de "+". Si el que volem és que els usuaris gaudeixin de la totalitat del reportatge, aquesta opció genera seriosos dubtes.

Quan utilitzar-ho?

Aquesta aposta pot ser útil en diferents pàgines com els inicis de diaris i d'altres webs però per ser útil en un reportatge genera bastants dubtes. Prioritzar un contingut per davant d'un altre pot provocar que l'usuari no gaudeixi d'aquell contingut ocult.

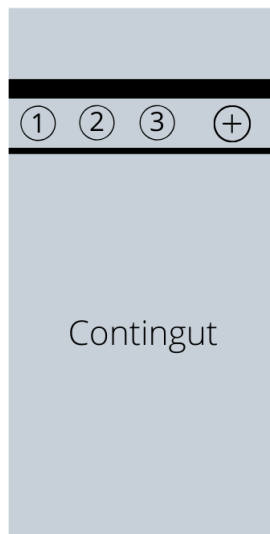


Figura 3. Imatge del menú Secundari Plus.

#### 4.4. Botó flotant d'acció

Aquesta opció de menú és una icona en forma de cercle que flota en un dels marges de la pantalla. Al clicar-hi se'ns obre un menú amb diferents opcions. Una de les aplicacions que més utilitzen aquest menú és el cercador Google, que ubica el menú en el marge dret a la part baixa de la pantalla. [Consultar Figura 4]

Punts forts

- Visiblement crida l'atenció. No passa per alt doncs es destaca en una part important de la pantalla, no en un menú inferior o camuflat a la part alta. També juga al seu favor que no ocupa molt espai. Només és un petit botó que no es menja contingut.
- Pot fer el servei de fil conductor. Podem aprofitar aquesta opció per conduir les accions dels usuaris dins del relat o que aparegui quan ja hagi consumit l'apartat que ha obert.

- Ens ofereix diferents opcions. Aquest botó pot tenir un cert moviment dins del reportatge, cosa que pot servir de guia per a l'usuari i també pot convertir-se amb un Hamburguer Menu.

#### Punts dèbil

- Un motiu de distracció. El botó flotant pot causar que els usuaris es distreguin i no es centrin en el contingut. El seu disseny pretén cridar l'atenció a l'usuari i això pot jugar en contra.
- Pot menjar part de contingut. Tot i que el botó no és de grans dimensions, pot tapar alguna part del reportatge. Problema que es pot solucionar, fent *scroll* a la pantalla.
- Difícil comprensió. El fet de ser un botó pot dificultar l'enteniment de la icona. Un element sense paraules sempre genera alguna confusió a l'usuari. Per això hem d'utilitzar símbols el més clar possible com el símbol "+".



Figura 4. Imatge del botó flotant d'acció.

#### Quan utilitzar-ho?

Utilitzar el botó flotant pot ser útil quan volem marcar un camí a l'usuari però tampoc podem abusar doncs pot generar confusió. Es recomana utilitzar només un botó flotant per pantalla. També podem utilitzar el botó com a un menú que aparegui de cop, com fa l'aplicació de Evernote. Pot actuar com a una barreja de Hamburguer Menu i botó flotant.

#### 4.5. Navegació a pantalla completa

Mentre que en els casos anteriors veiem alternatives a diferents menús que compartien espai amb el contingut, en aquest cas, el menú ocupa la pantalla completa i ens mostra les diferents opcions que oferim. Aquest patró és habitual

en aplicacions on les tasques o les seccions son més importants. Un exemple d'aquest tipus de menú és l'aplicació de Yelp.

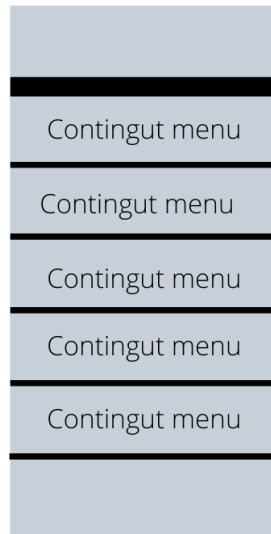


Figura 5. Imatge del menú de navegació pantalla completa.

#### Punts forts

- En termes de presentació, és clar i no mostra cap dubte. El menú conté el nom dels diferents apartats i es pot organitzar grans blocs d'informació de manera coherent. Tot l'espai està dedicat a ell.

#### Punts dèbils

- No es pot mostrar cap contingut. La totalitat de la pantalla l'ocupa el menú.
- Pot confondre a l'usuari. El fet que se'ns obri un menú pot afectar periodísticament el contingut. Semblarà més estar consumint una aplicació i no una peça informativa.

#### Quan utilitzar-ho?

Podem utilitzar aquest tipus de menú en peces on els apartats estiguin ben definits i no hi hagi un fil conductor entre ells.

### 4.6. Navegació basada en gestos

Aquest tipus de menú va lligat a la interactivitat de l'usuari. El contingut del mòbil ens apareixerà o no depenent dels gestos que faci l'usuari. Es tracta d'un dels models més complexos en termes de disseny d'aplicacions. [Consultar Figura 6]

#### Punts forts

- Estalvia espai a la pantalla. L'espai que ocupen altres tipus de menú, en aquest cas desapareixen.

- Es basa en gestos comuns independentment de la nacionalitat o cultura de l'usuari. Segons un estudi de Luke Wroblewski (2010), independentment de la cultura i l'experiència, els usuaris fan els mateixos gestos a la pantalla com per exemple el fet d'esborrar.

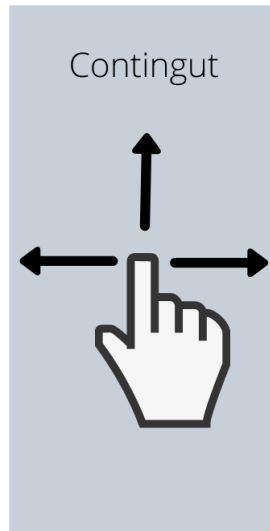


Figura 6. Imatge de la navegació basada en gestos.

#### Punts dèbils

- La navegació és invisible. Això vol dir que no hi ha una guia d'ús i és complicat que l'usuari s'ubiqui dins el reportatge i recorri el camí que el productors de la peça han pensat.
- L'usuari juga un paper clau. La majoria de gestos no són naturals i si no hi ha una familiaritat amb els moviments pot provocar que l'usuari es perdi, es confongui o es cansi de ser ell qui condueix el reportatge.

#### Quan s'ha d'utilitzar?

Aquest tipus de menú pot ser útil en peces on els moviments no siguin molt complexos i sigui fàcil i intuïtiu moure's dins el relat. És molt atractiu però poc pràctic, conviden a la interactivitat de l'usuari. Per solucionar això es pot indicar el moviment amb un dibuix per tal que s'entengui el que s'espera.

#### 4.7. 3D Touch

Aquest tipus de menú es tracta d'una fórmula molt innovadora. De fet, ha arribat als nostres mòbils fa poc i de la mà d'Apple. Per activar-lo, s'ha de mantenir premut un botó o una part concreta i que se't presentin diferents opcions d'ús. Avui en dia, aquest model el podem trobar en algunes aplicacions situades al menú dels nostres smartphone. Quan cliquem i mantenim una aplicació com Whatts App, Facebook o Twitter se'ns presenten diferents opcions. [Consultar Figura 7]

## Punts forts

- Pot arribar a estalviar molt de temps a l'usuari saltant-se diferents opcions de menú.
- Permet una interacció ràpida i lleugera. Presenta un manera de simplificar les seves interfícies i no ocupa part de la pantalla principal.

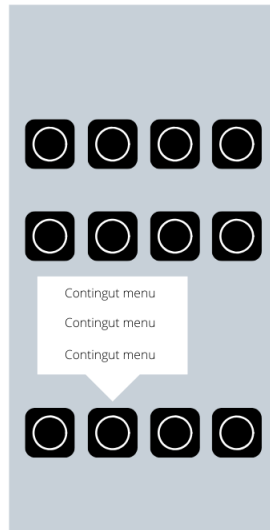


Figura 7. Imatge del 3D Touch.

## Punts dèbils

- Cal un aproximament. Els usuaris no tenen per què saber quines diferents opcions se'ns presentaran. També han de recordar en quines parts és possible interactuar i quines no.

## Quan utilitzar-ho?

Es pot fer servir en peces que presentin una navegabilitat intuïtiva i que l'usuari sàpiga per si sol com interactuar amb aquest tipus de menú. Per això es pot facilitar una petita guia prèvia. De fet, aquest tipus pot ser combinat amb altres menús.

## Conclusió

Tots aquest menús presentats poden ser utilitzats en solitari o entrar en combinació amb altres com, per exemple el Hamburguer Menu i el botó d'acció flotant, dos dels més comuns. La prova assaig-error és una de les millors maneres per tal de veure com l'usuari interactua amb el contingut.

## 5. Anàlisis

A continuació iniciarem un seguit d'anàlisis individuals de peces representatives que incorporen elements multimèdia i interactius. Començarem amb una breu descripció explicant el tema que tracta el reportatge i la seva distribució en format ordinador. Posteriorment, entrarem a detallar alguns aspectes més concrets.

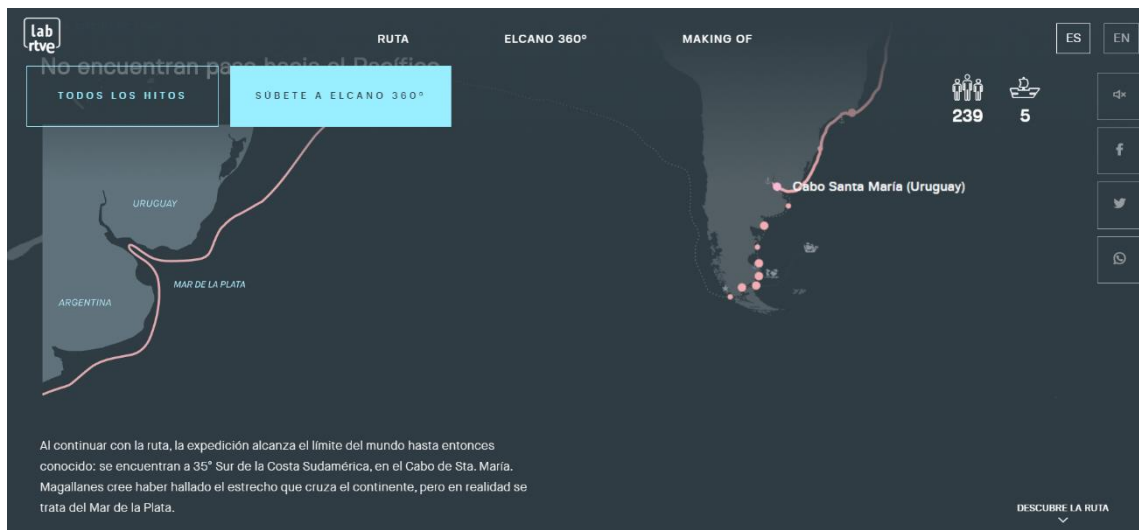
Tot seguit ens centrarem en dues de les característiques inherents a les noves narratives digitals com són els elements multimèdia i el grau d'interactivitat de la peça. Serem un usuari més consumint el reportatge amb esperit crític. Això ens ajudarà a determinar el tipus d'organització del relat: lineal, concèntrica, espina de peix; entre d'altres. També tindrem en compte la navegació i com es consumeix la peça en format mòbil respecte l'ordinador.

Aquest últim punt serà fonamental pels apartats que tanquen cada anàlisis. Posarem en comú el format mòbil i ordinador, elaborarem un quadre comparatiu amb aquells aspectes a millorar, a mantenir o a eliminar. Per últim, aquells que es pugin millorar, donarem una sèrie de consells per fer-ho.

### 5.1. El viaje del Cano - RTVE Lab

#### Descripció (<http://lab.rtve.es/elcano/es/>)

El viaje del Cano és un reportatge interactiu que explica el viatge de Fernando de Magallanes i cinc naus que van salpar de Sanlúcar de Barrameda amb l'objectiu d'anar a unes illes d'Indonèsia, concretament les Illes Molusques. Aquesta expedició no va passar a la història per l'objectiu inicial sinó per haver sigut de les primeres en realitzar la volta al món.



Imatge 1. Captura de pantalla d'ordinador d'El viaje del Cano.

Primerament, se'ns presenta l'inici amb un vídeo de reproducció automàtica d'onades al mar on veiem un quadre amb informació com quants eren els tripulants de l'expedició, el número de naus, el total de dies i els quilòmetres



recorreguts. El reportatge s'organitza a partir de dues branques principals. Ens ofereix conèixer la ruta o pujar-nos al vaixell.

Si escollim la ruta comencem una aventura que surt de la costa de Cadis i recorre tots els punts per on va passar l'expedició. Per anar avançant, l'usuari ha de fer *scroll* i un punt -que representa a on estem de l'aventura- va avançant en el mapa. En moments concrets, el recorregut s'atura i ens proporciona més informació mitjançant finestres emergents o una combinació de textos i imatges al marge esquerra de la pantalla.

Si ens decantem per a la segona opció pujarem al vaixell amb una imatge de 360 graus. La durada del vídeo és de 9 minuts i 45 segons i, mentre ens van donant diferents informacions, nosaltres ens anem movent -en aquest cas amb el cursor- i hi van apareixent altres informacions superposades. Per defecte, l'ordre és el que hem explicat: primer la ruta i després el vídeo, però l'usuari pot escollir en tot moment.

Cal remarcar que hi ha una tercera opció que ens apareix a la barra horitzontal ubicada a la part superior de la pantalla que és veure com s'ha fet aquest reportatge. Al marge dret també hi ha l'opció a canviar d'idioma així com compartir-ho mitjançant Facebook, Twitter i Whatts App.

### **Elements multimèdia**

En aquest reportatge hi predomina la imatge -tant estàtica com dinàmica- però molt compensada amb mapes i text. Només a l'inici ja ens ofereix un vídeo de recurs amb onades del mar però on guanya més protagonisme la imatge dinàmica és en el vídeo en 360 graus, quan pugem al vaixell, o el Making Of que també ens ofereix un breu vídeo.

On trobem més varietat és en l'apartat de la ruta. Cal destacar que el fons d'aquesta part és un mapa mundi on està traçat el camí que van fer les naus i s'anirà remarcant aquella part que ja haguem fet. Com hem dit abans avancem fent *scroll* i les informacions ens van apareixent la majora de vegades a l'esquerra de la pantalla, però no només, també a la part central. En aquest cas, el text va acompanyat d'uns dibuixos en blanc i negre sobre l'aventura que il·lustren el que ens estan explicant.

Fins a dotze ocasions ens apareixen finestres emergents que ens proporcionen informació de manera diferent. Cinc segueixen sent dibuixos amb una petita línia de text que hi posa context com, per exemple, explicant els diferents animals que van veure i d'altres anècdotes. Els altres dos elements que podem trobar en forma de finestra emergent son dos gràfics estàtics que ens il·lustren sobre com s'organitzava la tripulació i quina càrrega portaven. En cinc ocasions trobem vídeos enregistrats des d'un vaixell -o això és el que volen transmetre- que posen a l'usuari al lloc dels tripulants d'aquests, com per exemple, l'arribada a la

Patagonia o a Brasil. Aquest últim recurs aporta context mentre que la informació ve en forma de text.

### **Grau interactivitat**

El grau d'interactivitat d'aquest reportatge vers l'usuari és diferent segons l'apartat que consultis. A la part on ens explica la ruta, només es pot fer *scroll* per interactuar amb la informació. Cursor amunt i cursor avall per anar avançant o retrocedint en l'expedició.

On sí que té més joc la interacció és en el segon apartat, el vídeo de 360 graus. L'usuari pot anar movent la visió sobre el vaixell i depèn d'on miri pot veure una informació o una altra. Més enllà del moviment de la càmera, no hi ha cap altre element que doni interactivitat.

### **Tipus de narrativa**

Concèntrica. Les tres parts del reportatge que podem consultar comencen i acaben al mateix punt, a l'inici.

### **Navegació**

El reportatge es carrega en un principi amb més o menys rapidesa (depenent de l'ocasió). Un cop totalment carregat, no hi ha cap tipus de dificultat en la navegació. Els vídeos entren quan han d'entrar, així com les finestres emergents o la línia del mapa que apareix a l'apartat de la ruta. Sobre el vídeo de la segona part, no dona cap tipus de problema. La seva càrrega és ràpida i la interactivitat funciona bé en tot moment.

### **Mòbil**

Un dels primers canvis a comentar quan obrim aquest reportatge des del mòbil és que el vídeo d'inici s'obre igual i apareixen les dues pestanyes -opcions- del relat. Trobem a faltar el breu resum que sí que es veu per a l'ordinador però que es perd al mòbil. Un cop comencem la ruta, cal destacar que és millor consumir-ho en pantalla vertical que en horitzontal doncs en la segona opció tots els elements -vídeos, imatges text- es veuen més grans del que s'hauria de veure i casi no es gaudeix del mapa de fons.

En canvi, en pantalla vertical -i seguint el model *scroll*- les informacions es van carregant de manera correcta -gràfics, imatges, vídeos i text- amb el mapa com a fons. Una de les solucions que han trobat en adaptar el contingut és que, quan apareix un vídeo de reproducció automàtica que s'ha de combinar amb text, es presenta abans el text i després el vídeo.

Si ens centrem en la segona part, es viu un canvi respecte a la millor manera de consumir-lo. En pantalla vertical, el vídeo en 360 graus no s'acaba de gaudir per complet doncs és en format horitzontal i no s'adapta. Per tant, la millor opció de consum d'aquest és canviar en format horitzontal i posar el vídeo a pantalla

completa. Un cop fet aquest canvi, sí que es pot veure tot el contingut com havia previst el mitjà.

### Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	La quantitat d'apartat audiovisual no ha canviat. La millor manera de consumir-lo segueix sent en format vertical que és la més utilitzada. Ordre de l'aparició de la informació. Quan a l'ordinador conviuen text i imatge al mòbil passa abans una cosa i després l'altre.
A eliminar	Les pestanyes de compartició fixes al marge dret del format ordinador.
A millorar	Desaparició d'algunes parts de text. S'hauria de reduir la mida d'alguns dels elements visuals quan utilitzem el format horitzontal de la pantalla del mòbil. La manera de consumir el vídeo en 360 graus només es pot consumir en plenitud en horitzontal.



Imatge 2. Captura de pantalla de mòbil d'El viaje del Cano.

### Com millorar el reportatge en format mòbil

Primer de tot cal destacar que el fet de les pestanyes de compartició via xarxes socials no són necessàries però es poden mantenir i fer a la vegada que no es mengi part de la pantalla. Proposem un botó flotant d'acció al final del reportatge, amb un icona que signifiqui compartir, que trobem moltes vegades a les xarxes socials, i que al clicar se'ns obrís les diferents opcions com Facebook, Twitter o Whatts App. Creiem que amb aquesta mesura el reportatge tindria més espai i no s'ocuparia amb informació menys transcendent.

Respecte a la desaparició d'una part del text, el que faria és simplement ficar-ho dins el reportatge versió mòbil doncs ara tindríem més espai o, si el considerem secundari, col·locar un botó flotant d'acció, que al clicar una icona de "+", se'ns obrís una finestra emergent amb el text que han suprimit.

Finalment, per adaptar el vídeo al format vertical proposem utilitzar alguna xarxa social com Facebook, entre d'altres, que ens permet consumir els vídeos en 360 graus en format vertical, més enllà del consum horitzontal.

## 5.2. Buscando refugio para mi hijo - Huella Digital

**Descripció** (<http://huelladigital.univisionnoticias.com/crisis-refugiados-javier-bauluz/index.html>)

*Buscando refugio para mis hijos* és un reportatge interactiu a partir de les imatges d'un fotoperiodista espanyol, Javier Bauluz, que va recórrer a peu la ruta dels refugiats des de Grècia fins a Alemanya. Però no es tracta d'una galeria d'imatges, hi ha una combinació d'altres elements multimèdia.



Imatge 3. Captura de pantalla d'ordinador de *Buscando refugio para mis hijos*.

A l'obrir el reportatge trobem una imatge de dues mares amb els seus fills en una tenda de campanya d'un camp de refugiats. Se'ns presenta breument l'autor i per entrar a gaudir del contingut hem de clicar una fletxa. Aquesta ens porta a un altre capítol introductori on se'ns mostra un mapa amb les sis zones -i els sis capítols- que recorrerem per anar de Grècia a Alemanya. Podem entrar en qualsevol de les sis zones marcades, tornar a la portada o començar el recorregut. A tot això cal destacar que al marge dret hi ha una breu descripció del fotoperiodista amb una imatge i un enllaç a les xarxes socials.

Com ens recomana el propi reportatge seguirem el recorregut per ordre numèric. A l'entrar, se'ns obre una imatge de tres barques al mar i hem de fer *scroll* per avançar. Hi ha una breu descripció de la situació que viuen els immigrants que pugen a aquestes barques per arribar a Grècia. Després d'aquest text, hi ha una vintena d'imatges de tot tipus -duresa, crueltat, felicitat, tristor...- col·locades una darrera l'altra. Al finalitzar la primera pàgina podem llegir-ne més sobre el tema o anar als altres capítols.

Els altres cinc capítols estan presentats exactament de la mateixa manera. Podem veure moments de conflictes amb la policia, viatges en tren; entre d'altres, però acaba amb un punt positiu i d'esperança per a aquests refugiats com és la seva arribada a Alemanya compartint estones i vivències amb gent local.

### **Elements multimèdia**

Aquest reportatge té un alt component visual. Concretament cal destacar les imatges que formen els capítols, cosa que ja podíem imaginar tenint en compte que l'ha creat un fotoperiodista que va a anar seguint el camí d'aquests refugiats. Compta amb més d'un centenar d'imatges de tot tipus que documenten el recorregut.

Més enllà de les imatges, trobem text que fa la funció de contextualitzar aquestes imatges. Ho fa a l'inici -on hi ha el mapa- on es presenta l'autor però també en els sis temes on explica breument aquell viatge. També es proporciona un enllaç on s'amplia la informació. El tercer element que trobem és a l'inici i es tracta d'un mapa europeu on hi ha senyalitzat el recorregut de Grècia a Alemanya. Podem clicar a qualsevol dels sis punts per anar una de les històries.

### **Grau interactivitat**

Si ens posem a analitzar el grau d'interactivitat d'aquest reportatge trobem que l'usuari està molt encasellat i que no pot fer gran cosa dins la peça. De les poques coses amb les que pot interactuar és en el canvi de capítols o per ampliar més informació mitjançant els enllaços.

Podríem dir doncs que és una peça clarament unidireccional. No es pot comentar ni interactuar en cap més element que no sigui un enllaç. Tampoc es poden fer comentaris ni compartir el relat mitjançant les xarxes socials.

### **Tipus de narrativa**

Tot i que es pot anar d'un capítol a l'altre sense necessitat de seguir un ordre, aquest reportatge és de narrativa lineal. Hi ha un camí marcat que l'usuari pot seguir o no tot i que és recomanable doncs es tracta d'una història que descriu uns fets cronològics.

### **Navegació**

Per a l'ordinador aquest reportatge no dona cap tipus de problema encara que contingui moltes imatges de bona resolució. La navegabilitat és àgil i intuïtiva tot i que algun usuari es pot desorientar un pèl quan se'ns presenta el mapa però per lògica es pot anar seguint el camí que ha pensat el periodista.

## Mòbil

Mentre que amb ordinador el recorregut que ha de seguir l'usuari és clar, es torna més confós quan l'obrim des del smartphone. A l'inici, quan trobem el mapa que ens presenta el camí que han fet els refugiats i el periodista, no queda molt clar com podem començar a navegar. No hi ha cap opció que ens indiqui el camí a seguir a no ser que cliquem una de les sis zones.



Dejar todo por encontrar un refugio más

Imatge 4. Captura de pantalla de mòbil de *Buscando refugio para mis hijos*.

Un cop entrem en un capítol concret trobem que la millor manera de consumir el reportatge és de manera vertical tot i que les imatges es vegin més petites. Si el consumim en format horitzontal aquestes es deformen i no les podem gaudir en plenitud. Tampoc es poden ampliar.

### Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	La ubicació i qualitat de les imatges. L'organització dels capítols és prou entenedora per tal que l'usuari segueixi el recorregut establert.
A eliminar	-
A millorar	Adaptar el contingut en format horitzontal per smartphone. Fer més clar el menú inicial per indicar a l'usuari per on s'ha de començar.

### Com millorar el reportatge en format mòbil

Quan entrem dins d'un capítol trobem un menú de botó però el que se'ns obre no és un menú com a tal sinó que se'ns repeteix la imatge del mapa amb els números i el recorregut que han fet els protagonistes. La nostra proposta seria organitzar el menú amb les sis temàtiques que té el reportatge, així com altres opcions com conèixer el reporter o compartir-ho via xarxes socials.

A l'inici, quan se'ns presenta el tema i el mapa, afegiria sota el mapa un petit menú o un botó que indiqués començar el reportatge. Simplement un botó que indiqués el camí pensat pels productors. A més també intentaria reduir la mida de les imatges doncs es perd gran part del seu interès quan son tan exageradament grans.

### 5.3. Desaparecidos - El Universal

#### Descripció (<https://interactivo.eluniversal.com.mx/desaparecidos/>)

El reportatge *Desaparecidos* explica la gran quantitat de desapareguts que viu cada dia Mèxic degut al crim organitzat i al tràfic de persones. Aquesta peça se'ns presenta d'una manera visualment molt potent. La imatge d'un home mirant un plafó amb tot de fotografies i noms de persones desaparegudes mentre que sobreposat llegim en gran el titular i una petita explicació del tema que veurem a continuació.



Imatge 5. Captura de pantalla d'ordinador de *Desaparecidos*.

Hi ha una fletxa que ens convida a fer *scroll* per anar a veure el contingut. Tot seguit veiem una comparativa entre el país de Mèxic i el de Colòmbia de les persones desaparegudes. Aquesta informació se'ns presenta amb dos mapes que, quan passem el cursor per sobre, ens apareix una petita finestra de text i ens convida mitjançant un botó anar a un mapa interactiu. Si seguim cap a baix en el reportatge, trobem text -acompanyat d'una imatge- que ens explica la comparativa que ens anunciava més amunt: Mèxic i Colòmbia.

Si volem consumir la totalitat del reportatge hem de tornar cap a amunt i dirigir-nos als mapes interactius. Els dos se'ns presenten de la mateixa manera: un titular amb el nom del país, un petit text introductor i una imatge que exemplifica el tema que està tractant. Si fem *scroll* veiem com la pantalla es parteix en dos. A l'esquerra trobem un mapa del país diferenciat per diferents zones i, fins i tot, municipis. A cada zona acolorida podem trobar dades dels desapareguts. Mentre

tot això passa al marge esquerra, al dret se'ns presenta informació en forma de text. Quan entrem a veure les dades d'una zona concreta apareix el testimoni d'una família -en format escrit- de com va desaparèixer el seu familiar.

Seguint fent *scroll* ens apareix un gràfic lineal que ocupa tota la pantalla i ens explica quina quantitat de persones han anat desapareixent per anys -van de 10 en 10- i també els diferencia per sexes. Aquí no trobem cap tipus de context o reflexió. És l'usuari qui pot anar movent-se amb les dades.

Per finalitzar, se'ns presenten uns textos lamentant aquestes desaparicions i explicant històries personals de famílies que han perdut éssers estimats. Al capdavall del reportatge podem trobar en tot moment els autors mentre que a la capçalera tenim l'opció d'anar a les deferents parts així com compartir-los en xarxes socials.

### **Elements multimèdia**

Podem trobar elements molt variats en aquest reportatge. Un dels més potents són les imatges doncs plasmen molt bé el sentiment de soledat i de tristesa que viuen les famílies. En tot moment aquests van acompanyats de text que posen context el que ens vol transmetre la imatge i ens proporciona relats personals molt colpidors.

Dos dels elements que cal destacar d'aquesta peça són els dos mapes interactius -Mèxic i Colòmbia- on ens mostra les dades de desapareguts separats per zones i regions diferents. Ho fa en color negre de fons i es destaca en vermell aquelles zones on més desaparicions han patit. L'altre element a destacar és un gràfic lineal que explica la progressió de desapareguts dels últims anys. Aquesta ens permet diferenciar el número per períodes de 10 anys o per sexes.

### **Grau d'interactivitat**

La interactivitat d'aquest reportatge recau sobretot en els apartats de Mèxic i Colòmbia on l'usuari pot navegar pel seu món de dades, comparant Estats i viatjant pels anys. És el punt més interessant pel que fa a la bidireccionalitat, en cap moment es diu com ha d'actuar l'usuari sinó que es deixa que aquest es mogui en total llibertat i vagi traient les seves pròpies conclusions.

### **Tipus de narrativa**

Podriem dir que aquest reportatge és una peça de narrativa lineal. No se'ns presenta com a tal però després de la introducció podem escollir dues opcions: un dels dos països. Al ser un reportatge ja orientat des del primer moment a Mèxic se'ns presenta com a primera opció. Després es consulta Colòmbia i finalment els productors.



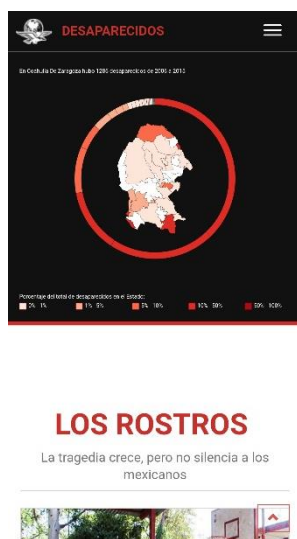
## Navegació

El reportatge es carrega de manera ràpida i tota la informació està ben organitzada. Els seus gràfics i mapes interactius estan ben presentats i ajuden a l'usuari a interactuar. Hi ha una curta línia de text que convida al lector a fer clic en l'element.

Un dels possibles comentaris negatius que es poden dir de la navegabilitat és que l'inici és molt confós. Hi ha les dues pestanyes -Mèxic i Colòmbia- però en cap moment es marca un camí i si l'usuari decideix entrar en aquell moment es perd la part del relat que trobem a sota d'aquestes pestanyes. Tampoc és fàcil anar d'una part a l'altra, no hi ha enllaços directes i hem d'anar al capdamunt del reportatge per moure'ns.

## Mòbil

El format de mòbil adequat per consumir aquest reportatge és en vertical. En horitzontal, part de la informació es distorsiona. Consumint-lo de manera vertical, quan passem per sobre dels dos mapes que se'ns presenta a l'inici no apareix cap tipus d'informació. Si no sabem que hi podem entrar, perdríem el fil del relat.



Imatge 6. Captura de pantalla de mòbil de *Desaparecidos*.

Quan anem a una de les dues pestanyes dels països trobem grans canvis respecte al format ordinador. Primer de tot, el text de la dreta ens desapareix per complert així com el gràfic de línies. Només podem gaudir del mapa interactiu i la recomanació de peces -que porta el títol de Rostros- del final de la pàgina.

Si interactuem amb el mapa trobem series mancances. Ens apareix de mida molt reduïda i quan cliquem qualsevol zona, el text apareix tan petit que costa molt llegir la informació. L'organització de la pàgina -i la mida de la lletra i del mapa- tampoc varia en el format horitzontal. Es perd gran part del seu contingut.

## Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	El grau d'interactivitat dels reportatges.
A eliminar	-
A millorar	La poca informació que se'ns mostra al veure els mapes de l'inici. Mantenir el text que apareix a l'ordinador i desapareix al mòbil. Millorar el text incompreensible per a mòbil.

### Com millorar el reportatge en format mòbil

Per a millorar el problema de navegació d'aquest reportatge tenim dues propostes. Al tractar dos apartats -Mèxic i Colòmbia- canviaria el menú de botó per una barra de pestanyes on es presentessin les tres opcions: inici, Mèxic i Colòmbia. Això ho faríem per indicar millor quants apartats té el reportatge. La segona opció és mantenir-ho com està però donar més informació a l'usuari quan se'ns presenten els mapes dels dos països. Es podria fer amb un botó flotant d'acció on al clicar se'ns obrís una finestra emergent amb informació.

De la mateixa manera podríem solucionar el problema per mantenir els textos i testimonis dels apartats en qüestió. Una finestra emergent per aquells usuaris que en vulguin saber més del tema. Finalment, recomanem ficar una mida i tipografia de lletra més llegible pel format horitzontal de mòbil.

## 5.4. Cuadernos de coimas - RTVE Lab

### Descripció (<https://lab.rtve.es/cuadernos-coimas/>)

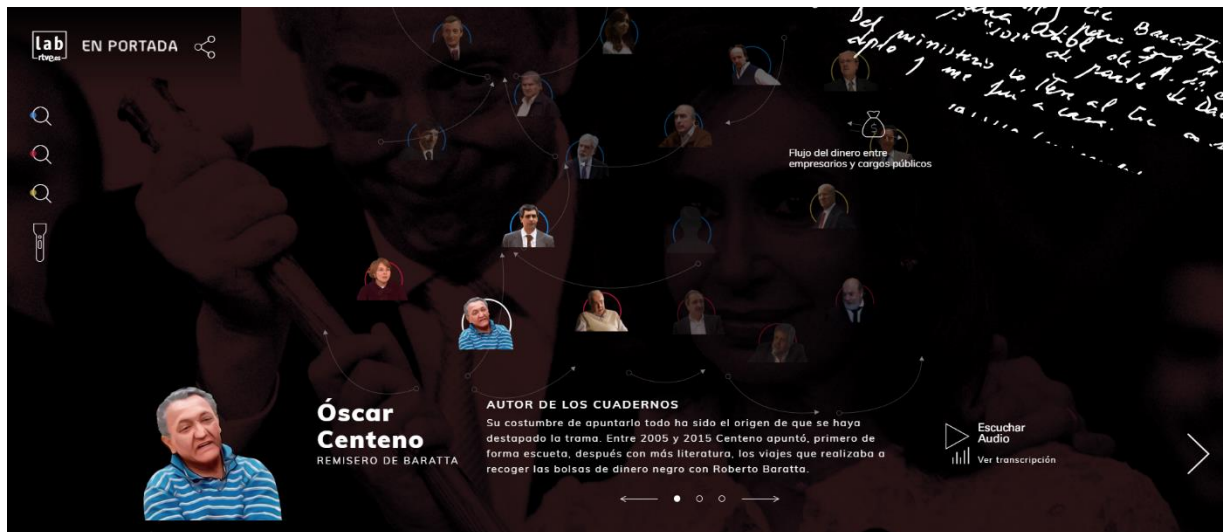
*Cuadernos de coimas* és un reportatge del Laboratori de RTVE que tracta d'un episodi de corrupció a Argentina. Dos presidents podrien haver estat destinataris de milions de dòlars per una trama de corrupció que canviava influència i poder per adjudicació d'obres públiques.

A la pantalla d'inici podem veure una imatge d'arxiu de la parella que va ser president del país sud-americà: Cristina Fernández de Kirchner i Néstor Kirchner. Ja des de bon començament podem intuir com anirà el reportatge. El subtítol ja presenta el tema com "l'escàndol de corrupció més gran de la història d'Argentina". Ens dona dues propostes: veure el documental o informació sobre el projecte.

Si cliquem veure el documental se'ns presenta un reportatge de La 2 d'una durada de 40:35 minuts. Si en canvi anem a el projecte ens porta als crèdits del reportatge. Això no acaba aquí, hi ha una fletxa a la part baixa de la imatge que et convida a fer *scroll*. Al començar ens surt al marge esquerra un resum del cas.

Quan acaba el text se'ns presenta una trama de personatges, en miniatures de les imatges mentre que al marge esquerra de la pàgina ens dona l'opció de descobrir la trama política, el descobriment, la trama empresarial i veure el mapa

complet. A la part baixa se'ns presenta a la persona seleccionada, amb una breu descripció i la opció d'escoltar un àudio.



Imatge 7. Captura de pantalla d'ordinador de *Cuadernos de Coimas*.

Si comencem per la trama política -la primera- ens situa com a punt d'inici a Néstor Kirchner, president de la República d'Argentina. S'avança per qualsevol dels tres relats mitjançant unes fletxes. Hi ha un total de 18 persones que configuren diverses trames que es relacionen amb fletxes sempre amb el context i la guia del text i l'àudio. Tot i que sembla que la història continua, el relat acaba amb aquest gràfic.

### Elements multimèdia

En aquest apartat hem de diferenciar dos dels elements que més importància tenen. A l'apartat de veure el documental queda clar que l'únic element que se'ns ofereix és un vídeo en forma de documental de *La 2*. Quan es comença a fer *scroll* apareix un text introductori que fa la funció de donar context fins que arribem al segon nucli, el grafisme.

Aquest grafisme no el podríem encabir en una subcategoria concreta. Es tracta d'un seguit d'imatges amb un text a la part baixa que dona informacions referents als protagonistes i amb l'opció d'escoltar declaracions d'ells mateixos sobre la trama corrupta. Podríem dir que la imatge, el text i l'àudio comparteixen importància en aquest segon punt.

### Grau interactivitat

Durant la primera part del reportatge la interactivitat és gairebé inexistent. És un documental i és consumeix de manera unidireccional, com un espectador més. En canvi, això varia en la segona part. L'usuari ha de tenir un paper actiu si vol gaudir de la informació. Primer ha de triar una de les tres trames que se'ns presenta o començar a navegar amb un personatge concret. Es necessita una plena col·laboració de l'usuari si es vol avançar en el relat.

## Tipus de narrativa

Podriem dir que aquest reportatge està pensat amb la fórmula narrativa espina de peix. A l'iniciar el relat, et pots desviar a dos costats -veure el documental i consultar els crèdits- però pots tornar a la informació principal per tal que després gaudeixis posteriorment del grafisme.

## Navegació

Com a navegació, hem de destacar que l'organització és una mica confosa. Ens apareix l'opció de veure el documental i de veure els crèdits ja des de l'inici i si no estàs atent, difícilment descobreixis que fent *scroll* t'apareix més informació. Un cop descobert aquest fet, no saps si s'acaba o continua. No hi ha cap detall que indiqui que el reportatge ja s'ha acabat.

També es mereix una menció a part l'organització del grafisme. És una mica confós doncs tot son imatges -en miniatura- i fletxes. Si no segueixes una de les trames recomanades difícilment puguis arribar a una sèrie de conclusions. Per tot el demès, la navegació és còmode i no hi ha cap problema quan es carrega la pàgina.

## Mòbil

Primer de tot, hem de dir que els problemes que presenta el format mòbil passa tant en format vertical com en l'horitzontal. La seva navegació és còmode i l'inici es presenta de manera exactament igual. El reportatge i els crèdits se'ns ofereixen sense cap tipus de problema.



Imatge 8. Captura de pantalla de mòbil de *Cuaderno del Coimas*.

Quan fem *scroll*, veiem com el resum del cas es retalla. Se'ns mostra el primer paràgraf amb l'opció de consultar-ho sencer. Quan cliquem el símbol de més se'ns obre tot el text. On veiem els canvis és en el grafisme, que desapareix completament. Hi ha tres pestanyes -descobriments de la història, trama política i

trama empresarial- i s'inicia cada relat amb una imatge, un petit text i l'àudio de les declaracions. Per avançar s'ha d'anar movent l'usuari amb les fletxes.

### Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	Opció de "llegir més" quan el primer paràgraf se'ns retalla. El tipus de grafisme pel que han apostat al mòbil ens aporta ordre i no se'ns retalla en cap moment la informació que es vol donar.
A eliminar	-
A millorar	Promoure millor el documental.

### Com millorar el reportatge en format mòbil

Tant a ordinador com a mòbil trobem que el documental audiovisual de RTVE passa desapercebut. Apareix discretament sota el títol així com l'apartat de "El proyecto", on ens expliquen el motiu pel que van fer aquesta peça. La nostra proposta per fer que l'usuari sàpiga de l'existència d'aquests dos apartats és crear una barra de pestanyes a la part baixa de la pantalla. A ser possible que aparegués quan ja estem consultant el tram final. Trobem que així faria que l'usuari s'assabentés que hi ha aquestes dues opcions, que se'ns presenten al principi i ja no tornen a aparèixer.

#### 5.5. 37 vides segades al Mediterrani - Diari Ara

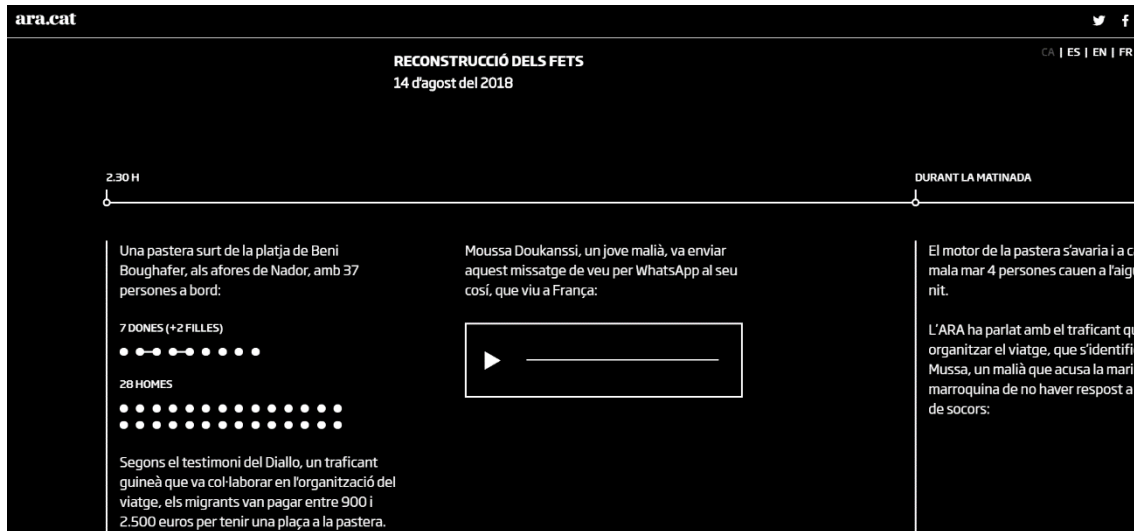
**Descripció** (<https://interactius.ara.cat/immigrants-marroc-espanya-europa-mediterrani>)

*37 vides segades al Mediterrani* ja presenta en el títol la informació que es tractarà al llarg del reportatge. A la seva pantalla d'inici es pot intuir com es tractarà el tema, d'una manera seriosa i sòbria. Apareix un text on explica que 37 persones van començar la matinada del 14 d'agost del 2018 un camí per arribar a Europa des del Marroc. Al marge dret es pot canviar l'idioma del reportatge en català, espanyol, anglès o francès. Ens convida a fer *scroll* per avançar.

Quan ho fem ens apareix un breu text amb un vídeo de fons on podem veure unes onades al mar. Llavors apareix el titular en gran amb el mateix vídeo de fons. Seguint amb el *scroll*, trobem més text amb un mapa on expliquen on es va perdre la pista d'aquesta embarcació.

A continuació trobem una reconstrucció dels fets. Aquí veiem un canvi destacable en el relat. Quan intentem fer *scroll* en lloc d'anar cap a baix, la informació és mou en horitzontal. A la part de dalt hi ha un eix temporal amb les hores mentre que a baix es va donant tota la informació com text, estadístiques o, fins i tot, àudios dels protagonistes. Quan acaba el dia d'inici del viatge, tornem a viatjar cap a baix de la pàgina.

Se'ns presenta una part anomenada “qui son les víctimes?”. Apareix una línia en vertical dels 37 desapareguts i convida a passar el cursor per a sobre. Quan ho fem se'ns obre una imatge de la víctima i una frase que parla de com empenia el viatge cap a Europa. Si cliquem se'ns obre més informació que explica la procedència i algunes dades de la seva vida.



Imatge 9. Captura de pantalla d'ordinador de 37 vides segades al Mediterrani.

Per finalitzar, l'equip del Diari ARA expliquen com es va tractar aquest tema en els organismes internacionals i convida als usuaris que tinguin més informació sobre aquest tema a col·laborar amb l'equip de la secció internacional.

## Elements multimèdia

En aquest reportatge trobem diferents elements multimèdia a destacar. Aquell que més predomina és el text però de la manera que està presentat i com combina amb els altres fa que es vegi la informació de manera molt compensada. L'únic punt negatiu seria la dificultat de lectura de lletres blanques sobre fons negre però entenem que forma part del missatge de tristor i de sobrietat que es vol donar a la història.

També apareixen fins a dues vegades dos mapes on podem veure Europa i el nord d'Àfrica. Un dels altres elements que donen molta informació són els àudios -que fins i tot estan transcrits- i més en forma de context trobem les imatges. Els vídeos s'utilitzen només com a element contextual mentre que també hi ha imatges per posar cara a alguns dels morts.

## Grau interactivitat

El reportatge està pensat per tal que l'usuari vagi consumint el contingut de manera *scroll*. No hi ha cap element que faciliti la interactivitat excepte activar els àudios. És tracta d'una comunicació unidireccional la majoria del temps. Un dels punts que podem destacar és que al final de reportatge convida a col·laborar en cas que tinguem alguna informació sobre el tema.

## Tipus de narrativa

El tipus de narrativa d'aquest reportatge és lineal. No hi ha enllaços ni diferents parts. Es tracta d'una història que evoluciona cronològicament a mesura que fem *scroll*.

## Navegació

El reportatge es carrega bé i la manera de consumir-lo és clara i intuïtiva. Tot i que en cap moment et diu com avançar en el reportatge s'intueix que has de tirar el cursor cap avall per avançar en el relat. Sorprèn en el moment que en lloc d'anar cap a baix es marxa cap a la dreta.

## Mòbil

Abans de començar cal dir que es consumeix de la mateixa manera tant vertical com horitzontalment. El reportatge avança bé fent *scroll* fins que arribem al moment on el reportatge es mou de manera horitzontal. Apareix la línia cronològica de manera tallada i la informació es distorsiona per complet. Si no el consumeixes abans des de l'ordinador, és complicat arribar a entendre-ho.



Imatge 10. Captura de pantalla de mòbil de 37 vides segades al Mediterrani.

L'altre element que varia del format d'ordinador al mòbil és que al llistat de víctimes presenta una frase com ho fa a l'ordinador i no hi ha imatge. En canvi si el cliquem en el nom se'ns obre la imatge i un quadre informatiu a la part baixa.

## Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	L'organització de la informació a l'estil <i>scroll</i> vertical. Com es presenta la informació de les víctimes desaparegudes.
A eliminar	-
A millorar	El fris cronològic que a l'ordinador se'ns presenta en horitzontal mentre que en el mòbil casi que no es pot gaudir.

## Com millorar el reportatge en format mòbil

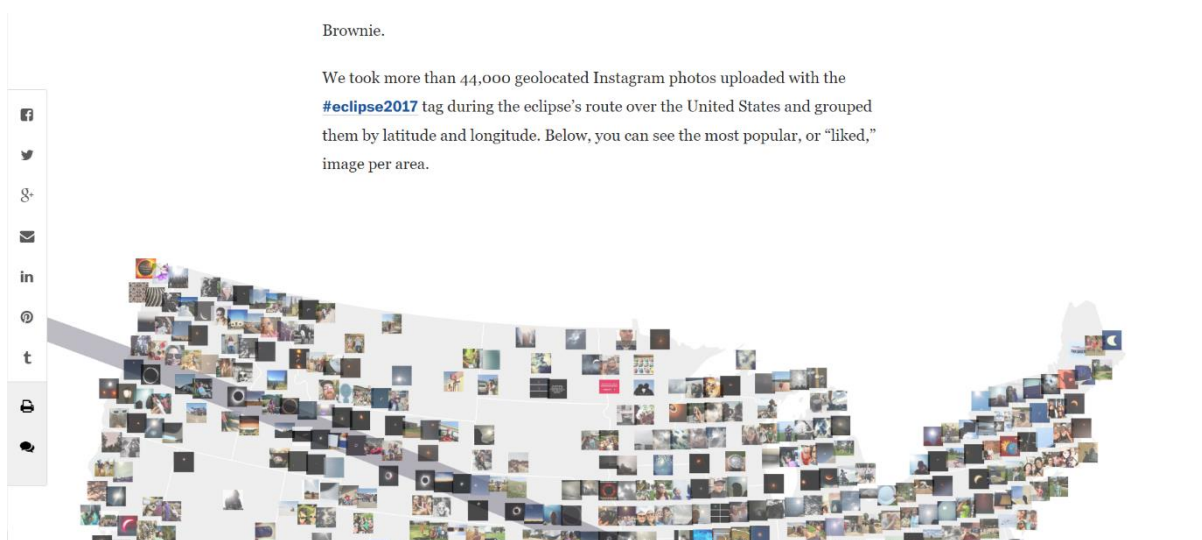
El principal problema que presenta aquest reportatge en el format mòbil és el fris cronològic. A l'ordinador ja és una operació estranya quan passa de fer *scroll* vertical a horitzontal sense previ avís. El que proposem per evitar confusions i adaptar-ne millor el disseny és fer el fris cronològic de manera vertical. Així la informació aniria apareixent per ordre sense retocar molt el disseny pensat i no s'aniria acumulant fletxes i d'altres elements.

### 5.6. What #eclipse2017 looked like across the country - The Washington Post

**Descripció** (<https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/national/health-science/eclipse-2017-instagram/>)

Aquest reportatge del The New York Times té com a objectiu mostrar com es va veure l'eclipsi de l'any 2017 al llarg dels Estats Units. Està situat a l'apartat de Ciència i Anàlisi del diari. El reportatge comença amb la pantalla en blanc amb aquest titular i un text introductori.

Avançant fent *scroll* coneixem el motiu d'aquesta peça. L'any 1918 va ser l'últim cop que es va veure un eclipsi solar de costa a costa dels Estats Units. Això es va repetir 99 anys després, l'any 2017 va tornar a succeir. Els reporters explicaven que abans es fotografiaven mitjançant la Kodak i ara tenim el testimoni digital de Instagram.



Imatge 11. Captura de pantalla d'ordinador de #Eclipse2017.

Es van fer fins a 44.000 fotografies geolocalitzades i els productors del reportatge n'han agafat algunes i les han col·locat en un mapa per tal que els usuaris puguin veure quines diferències hi ha al veure el fenomen entre una zona i una altra. Quan passem per sobre de les diferents imatges en miniatura se'ns amplia la informació -i també apareixen el nom d'usuari i el número de "m'agrada"- mentre



també ens donen l'Estat. Si cliquem a la imatge ens porta directament al compte d'Instagram de la persona que ho ha publicat.

Seguint navegant pel reportatge trobem un altre mapa. En aquest cas hem de clicar "veure el reportatge" i un vídeo ens mostra com va a anar avançant l'eclipsi creuant els Estats Units. També se'ns destaca el camí que va fer i el número de fotos i vídeos que es van anar realitzant. Més enllà de demostrar el potencial visual del reportatge no aporta valor afegit al relat.

També s'explica a continuació en quina franja horària hi van haver més fotografies. Va començar a les 7 del matí fins a les 9:30. Cal destacar que a partir de les 8:30 va anar creixent el número de fotografies. La informació se'ns introdueix mitjançant text i després amb un gràfic lineal estàtic.

Finalment, els productors del reportatge ens expliquen quins seran els pròxims eclipsis que es podran veure als Estats Units. De nord-est a sud en creuarà un l'any 2024 mentre que l'any 2045 n'hi haurà un altre. Finalment acaba el reportatge amb una successió d'enllaços a altres notícies referents a l'eclipsi. A l'esquerra tenim la possibilitat de compartir el reportatge a diferents xarxes socials.

### **Elements multimèdia**

En aquest apartat podem diferenciar dos elements que tenen molta importància. El primer de tot són les imatges doncs és el pilar del reportatge creat a partir de les fotografies de diferents usuaris dels Estats Units. Totes les imatges estan extretes de la xarxa social Instagram. Els elements visuals tenen un paper clau a la peça.

L'altre element destacable són els mapes. Apareixen fins a tres mapes. Un interactiu amb les imatges, l'altre amb un vídeo que reproduïx el camí de l'eclipsi i un altre d'estàtic. També hi ha text que juga un paper explicatiu i un gràfic estàtic lineal.

### **Interactivitat**

La interactivitat d'aquest reportatge per part de l'usuari que el consumeix és baixa. Només es pot avançar mitjançant *scroll* i l'usuari només té llibertat quan pot consultar les diferents imatges de l'eclipsi. Tota la resta de reportatge es mostra un grau molt baix d'interactivitat. On sí que cal destacar el paper d'interactivitat tot i que no és com a usuari és que la peça està feta en gran part gràcies a les imatges d'Instagram de diferents usuaris de la xarxa social. Qui genera el contingut és l'usuari.

### **Tipus de narrativa**

La narrativa d'aquest reportatge del The New York Times és lineal. No hi ha opció de moure's dins la peça i l'usuari avança mitjançant el *scroll*.

## Navegació

El reportatge es veu i es carrega correctament. No es necessita cap explicació per tal que l'usuari es mogui pel reportatge. La peça es mostra clara i ordenada. Els continguts apareixen un rere l'altre.

Cal destacar sobre tot com està organitzat el mapa amb les imatges dels usuaris a l'Instagram. Quan passem el cursor per sobre, se'ns obre la imatge sola i ens mostra informació bàsica. També hem de destacar un vídeo combinat amb un mapa que no aporta gran contingut però és una mostra del poder visual del mitjà.

## Mòbil

Quan obrim aquest reportatge a la plataforma mòbil -ja sigui en format horitzontal o vertical-, veiem alguns canvis respecte la plataforma d'ordinador. Un d'ells és que les imatges dels diferents usuaris d'Instagram no estan sobreposades al mapa sinó que apareix com a un galeria horitzontal amb diferents fotografies però l'eina no funciona, no es poden veure les diferents publicacions.



Imatge 12. Captura de pantalla de mòbil de #Eclipse2017.

El vídeo que ens apareix en el format ordinador i també el gràfic de barres ens desapareixen tot i que la pestanya de "Veure l'eclipsi" segueix present. Quan s'intenta interactuar, no funciona i no genera cap tipus de valor afegit. Els dos mapes estàtics sí que continuen visualitzant-se a la peça.

## Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	El text com a element explicatiu.
A eliminar	Tot aquell material que no es pugui adaptar.
A millorar	Visualització de les publicacions d'Instagram. Desaparició d'un mapa dinàmic.

## Com millorar el reportatge en format mòbil

En aquesta peça observada des del format mòbil trobem que tot allò que no s'ha pogut adaptar al smartphone ha quedat sense cap sentit dins la peça com són les visualitzacions de les publicacions d'Instagram així com alguns dels mapes o gràfics de barres. En aquest cas s'hauria d'haver tret elements com les llegendes o els botons de reproducció ja que no tenen cap servei.

Si no es vol prescindir d'ells, proposaríem canviar els gràfics, publicacions i vídeos per imatges. Simplificar el contingut ja que no es veu correctament. Trobem que no donaran tants problemes com aquests elements i el reportatge no perd tanta força com ho fa sense aquest material. Només queda text i perdem tot el potencial visual de la peça, que era el principal interès.

### 5.7. Snow Fall - The New York Times

**Descripció** (<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>)

El reportatge comença amb un vídeo de reproducció automàtica on es veu una muntanya nevada i situa la informació que dona el títol *Snow Fall: The avalanche at Tunnel Creek*. Sota el titular que ja presenta la temàtica del reportatge i trobem el nom del seu director. A la part superior del reportatge hi ha els diferents apartats del reportatge i es permet la possibilitat de comentar i compartir-lo mitjançant Facebook, Twitter i correu electrònic.

El format d'aquest reportatge informatiu és en *scroll*. La introducció se'n presenta en forma de text i explica la història de 16 esquiadors que van ser sorpresos per una allau de neu a Washington's Cascades. La informació es presenta d'una manera molt testimonial. Aquest reportatge es divideix en sis parts més dues informacions addicionals com un mapa i la presentació dels protagonistes

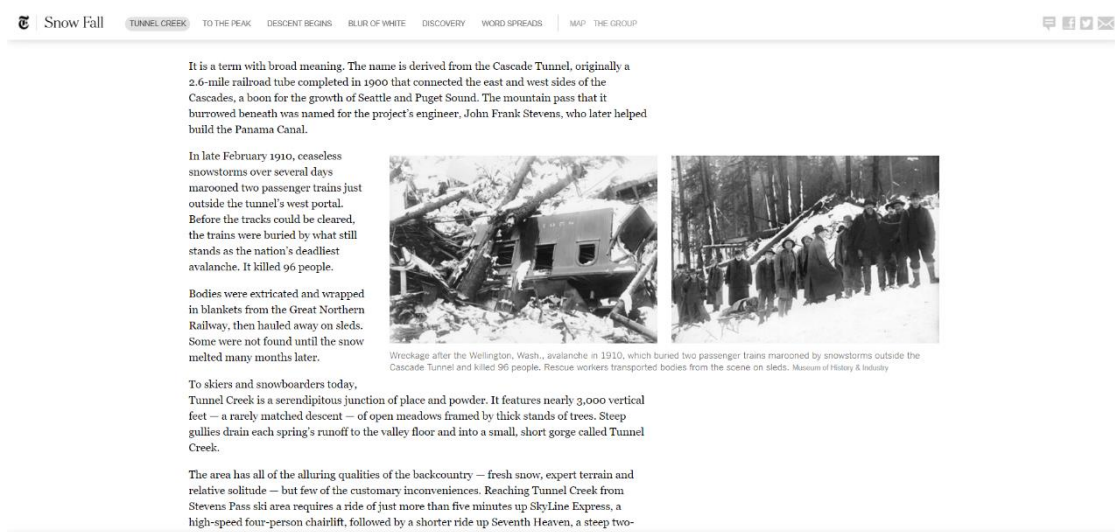
Primerament, s'utilitza una esquiadora professional per mostrar com es va sentir aquesta al patir l'allau. Enmig del testimoni hi ha el primer enllaç que al ser clicat es reproduïx automàticament un vídeo situat al marge dret del text. Aquest vídeo té com a protagonista la esquiadora que ens situa en el relat i és una manera d'empatitzar amb l'usuari.

A continuació ja comencen els titolets per separar els diferents apartats del reportatge. En la primera part, "Tunnel creek", es dona la informació bàsica per situar l'usuari dins l'escena: de quina muntanya es tracta i quants visitants té.

Després de la petita introducció, hi ha un vídeo de reproducció automàtica que mitjançant imatges de visió aèria en moviment i titulacions situen a l'usuari al lloc on succeeixen els fets. Al marge dret superior s'ofereix la possibilitat a l'usuari de tornar a reproduir el vídeo. Aquest subapartat introductori es tanca amb un

repàs a la història de la muntanya (els accidents i que ara esdevé una atracció pels esquiadors). Aquest repàs històric es presenta mitjançant text, imatges passades d'accidents i un vídeo sobre la realitat del lloc avui en dia.

Al subapartat “A plan in motion” és on el reportatge es centra en els protagonistes. S'explica utilitzant text com es va planificar l'aventura se'ns presenten els diferents personatges. Aquesta presentació es fa mitjançant una petita imatge situada al marge dret del text amb el nom, edat i professió del protagonista. Per accedir a la informació de cada personatge s'ha de prémer sobre la imatge o l'enllaç vinculat al nom de la persona al text. La presentació dels afectats es completa amb una galeria de fotografies de cadascun dels protagonistes que s'obre al clicar l'enllaç.



Imatge 13. Captura de pantalla d'ordinador de *Snowfall*.

Aquest subapartat es tanca amb una galeria d'imatges de com van viure els diferents esquiadors els primers moments de l'esquí. Aquesta galeria s'obre mitjançant un enllaç vinculat a una imatge del campament dels esquiadors. També apareix un vídeo de reproducció automàtica que ens mostra com la depressió anava acostant-se a Washington's Cascades. Amb aquesta tensió es tanca aquesta part i mitjançant una fletxa fa canviar l'usuari cap a la pàgina següent.

En la segona part “To the peak” encara es presenten alguns dels protagonistes. En aquest cas, una parella que tenia pensat casar-se. En aquest fragment de reportatge s'entra en una vessant més emocional aprofitant la història d'aquests dos protagonistes. La vessant es trenca amb un testimoni d'un meteoròleg, per entrar ja en la matèria de l'allau, en forma de vídeo. Les explicacions del meteoròleg les complementa un vídeo de reproducció automàtica de funció divulgativa que explica visualment com es forma una allau.

A continuació es tornen a presentar protagonistes que van viure els fets. Totes aquestes presentacions es fan seguint el mateix model, amb un breu perfil que

et porta a una galeria de fotografies. Cal destacar però un petit grafisme de reproducció automàtica situat al marge dret del text on s'explica com funciona un airbag per evitar un tragèdia major en una allau de neu. La segona part finalitza amb un vídeo situant els protagonistes al cim de la muntanya per donar pas a la següent part "The descent begins".

La tercera part presenta alguna novetat respecte el que havíem vist fins ara. El títol va acompanyat d'imatges acompanyades del nom dels 16 protagonistes del relat. Aquesta part "The descent begins" presenta la informació d'una manera bastant original. Es combina text i imatge, la imatge està de fons i el text es situa en un requadre. A mesura que l'usuari avança pel text, que és un diàleg entre els protagonistes, unes línies van marcant el camí traçat pels diferents esquiadors per baixar la muntanya. Així s'arriba fins al final de la tercera part.

A la quarta i cinquena part, "Blur or white" i "Discovery", es presenta un nou element multimèdia que no s'havia presentat fins ara: l'àudio. L'àudio en aquestes dues parts, on l'allau ja ha arribat als esquiadors, transmet la tensió i el patiment dels esquiadors al ser afectats.

L'allau se'ns presenta amb un vídeo on situa els esquiadors a la muntanya i com una espècie de boira, que representa l'allau, va passant per sobre dels diferents elements de la muntanya i, entre ells, els esquiadors. Aquestes dues parts presenten gran quantitat de testimonis, sobretot mitjançant àudio, on mostren com es va viure el fet i com va ser la tasca de socors.

La última part del reportatge, "Word spread", utilitza bàsicament el visual per mostrar com és la vida dels protagonistes actualment. Es fan servir fins a tres galeries d'imatges i un vídeo per mostrar-ho. D'aquesta última part cal destacar que, ja cap al final del reportatge, es fa ressò de la importància del que va succeir i es presenta dues maneres diferents al reportatge per viure de nou el fet. Primer, mitjançant un enllaç s'ofereix comprar un llibre anomenat "Snowfall" i després, permet la visualització del reportatge sencer en format vídeo elaborat pel mateix 'New York Times'.

Com s'ha destacat al principi de l'anàlisi, hi ha dos apartats més a part de les parts pròpiament dites: mapa i protagonistes. Les dues parts són dues imatges estàtiques que mostren la situació de la muntanya i la imatge i nom dels setze protagonistes del reportatge.

### **Elements multimèdia**

Aquest reportatge reforça molt els elements visuals, sobretot els vídeos. Els vídeos que no mostren els testimonis dels protagonistes, aquells que es reproduïen de manera automàtica, tenen un funció divulgativa ja que presenta informació bàsica com la formació d'una allau de neu o la situació de la muntanya.

També tenen molta importància les galeries d'imatges a l'hora de fer referència als protagonistes. Tant quan es presenten com quan s'explica com és la seva vida actualment s'utilitzen les galeries d'imatges (amb cinc o sis imatges) per donar una idea de com són físicament els protagonistes i quines activitats duen a terme. Aquest recurs ajuda a humanitzar el reportatge ja que així l'usuari té informació de com són els protagonistes.

L'àudio és present en la quarta i cinquena part només, quan baixa l'allau, i és un element per mostrar la tensió del moment. Els àudios que se'ns proporcionen són talls de veu del moment de trucades telefòniques explicant el succés.

Cal destacar com elements multimèdia tots els gràfics i vídeos que ens mostra la muntanya i la situació dels esquiadors mitjançant una imatge aèria i en moviment. Es tracta d'imatges realitzades en ordinador i que recorden imatges aèries reals però amb l'afegit que mitjançant grafismes es mostra la traçada i la situació dels esquiadors.

### **Interactivitat**

El reportatge dona la possibilitat a l'usuari de reproduir els vídeos i àudios que ell consideri oportú. Aquests vídeos i àudios es reproduïxen en la mateixa pàgina on està el reportatge, no es deriva a una altra pàgina ni interna ni externa. Les galeries d'imatges dels perfils dels protagonistes i dels diferents moments del succés també són opcionals per a l'usuari. L'únic que és de reproducció automàtica són els vídeos divulgatius que alhora serveixen de separador entre diferents informacions.

### **Tipus de narrativa**

El tipus de narrativa que proposen els productors del reportatge és lineal. Segueixen una sèrie d'esdeveniments que es van avançant fent *scroll* però també es pot accedir mitjançant el menú al capdamunt de la pàgina. Tot i que no t'obliga a seguir un camí explica una història cronològica.

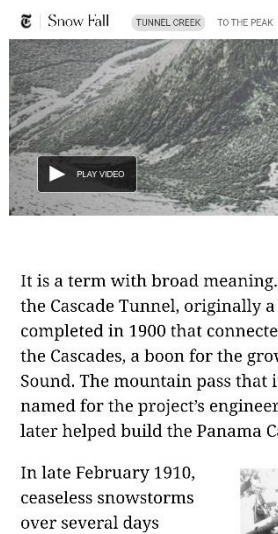
### **Navegació**

Aquest reportatge està considerat per a molts experts el gran exemple de les noves narratives digitals. S'obre sense cap problema i la navegació és molt fàcil i intuïtiva. Tot i que compte amb un gran nombre d'elements multimèdia, estan tots ben organitzats dins la pàgina -i les diferents seccions- i la seva navegació és bona.

### **Mòbil**

Aquest reportatge està pensat en ser consumit en ordinador. No s'adapta de la manera adequada a pantalles més reduïdes tot i que es permet llegir el reportatge sense greus problemes. Per començar l'amplada del contingut no s'adapta bé al mòbil. No adapta cap dels continguts (ni el text) a la pantalla mòbil,

ni horitzontal ni vertical. El consum d'aquest reportatge per smartphone és molt complicat ja que el menú es talla i no permet avançar en els capítols.



Imatge 14. Captura de pantalla de mòbil de *Snowfall*.

Pel que fa a la visualització dels elements multimèdia, al mòbil es dificulta la visualització del contingut degut a que no s'adapta el reportatge a l'amplada. Els vídeos que es reproduïxen de manera automàtica a l'ordinador no es repeteixen pel mòbil. Per a mòbil no s'adapta ni el text ni les imatges, es nota que ha quedat un pèl obsolet per aquesta plataforma (el reportatge data del 2012).

### Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	Les opcions de continuar quan s'acaba el capítol. Tota la estructura i els seus elements multimèdia.
A eliminar	Parts negres que a l'ordinador significa canvi de paràgraf.
A millorar	El text i el contingut en general no s'adapta a l'amplada del format mòbil. El menú situat a la part superior de la pantalla és confús.

### Com millorar el reportatge en format mòbil

Primer de tot cal anomenar que és un reportatge de ja fa alguns anys i això té com a conseqüència que per a mòbil hi hagi sèries dificultats. Primerament, hauríem de replantejar el contingut i adaptar els textos, imatges estàtiques i vídeos en format mòbil. A continuació, replantejar-nos l'organització.

A l'ordinador trobem en algunes ocasions text orientats a l'esquerra i imatges a la dreta. Se'ns presenta de la mateixa manera al smartphone. El que proposem és reorganitzar els continguts en format vertical, anant intercalant textos i els diferents elements multimèdia.

Finalment, també s'hauria de retocar el menú, situat a la barra superior. Veiem només dos capítols mentre que els altres ens desapareixen. La nostra proposta és que, ja que té vuit apartats -sis capítols i dos annexos- fer-ho amb un botó de

menú. S'amaga el menú darrera d'un botó i quan el cliquem ens apareix des d'un dels marges. Creiem que això facilitaria la navegació.

## 5.8. The Dawn Wall - The New York Times

**Descripció** (<https://www.nytimes.com/interactive/2015/01/09/sports/the-dawn-wall-el-capitan.html>)

*The Dawn Wall* tracta d'una expedició de dos escaladors que van escalar El Capitán. Van tardar un total de 19 dies de lliure escalada i expliquen com va anar la successió dels fets. El reportatge s'integra dins la secció d'interactius i d'esports del diari The New York Times.

La notícia se'ns presenta amb una imatge del cim de la muntanya situada al marge dret de la pàgina i marca la distància -2.500 peus- i les diferents parts de l'escalada. A la part esquerra trobem el titular amb una breu explicació introductòria sobre els protagonistes i els seus objectius.



Imatge 15. Captura de pantalla d'ordinador de *The Dawn Wall*.

Tot i que en cap moment se'ns indica que s'ha de fer *scroll* per avançar dins la peça, no hi ha més opcions que aquesta. Quan baixem, veiem com la imatge - en 3 dimensions- es mou i situa l'espectador al peu de la muntanya, on va començar l'escalada. Si movem el cursor sobre la imatge, podem veure els detalls. La imatge té un protagonisme absolut mentre que al marge esquerra va explicant detalls de la història. La primera finestra que veiem és la preparació dels dos protagonistes.

A mesura que nosaltres anem fent *scroll*, els escaladors van pujant la muntanya i a l'esquerra ens segueix apareixent informació com textos i imatges reals. A la imatge podem veure en tot moment, el recorregut que van fer -en groc- i els diferents punts de parada. Hi ha un total de cinc finestres emergents i un cop acabada l'escalada ens recomanen ampliar els coneixements mitjançant un enllaç a una altra notícia per a conèixer els dos protagonistes.



## Elements multimèdia

Aquest reportatge presenta diferents elements multimèdia que ens proporcionen informació. Cal destacar la imatge de la muntanya, que ocupa gran part de la pantalla i és el principal atractiu del reportatge. Es tracta d'una imatge de la muntanya amb model en tres dimensions que es mou a un costat i a un altre si l'usuari hi passa el cursor per sobre. Una de les altres característiques destacables d'aquesta és la informació escrita que es sobreposa a la imatge com el recorregut, els camps base o l'alçada.

Dos dels elements que tenen un paper clau és el text i la imatge, sempre al marge esquerra. En aquest cas és qui ens dona la informació mentre que la imatge predomina tindria un paper més contextual. Les imatges que acompanyen el text son imatges d'arxiu de la pròpia expedició.

## Grau interactivitat

El grau d'interactivitat és pràcticament zero. La comunicació és en tot moment unidireccional i l'usuari no pot intervenir en el reportatge. Només es pot avançar mitjançant el *scroll* i ni tan sols ens dona enllaços per ampliar la informació excepte la notícia recomanada al acabar el reportatge.

## Tipus de narrativa

La narrativa de *The Dawn Wall* és completament lineal. Es tracta d'una història cronològica que va de principi a final de l'ascens a la muntanya i no hi ha cap moment que l'usuari tingui la oportunitat d'escollir un altre camí al establert.

## Navegació

La peça periodística es carrega amb molta rapidesa tot i la complexitat de la imatge i del disseny de la pàgina. No hi ha cap moment que es pugui trencar la comunicació i més enllà de la imatge de la muntanya no és un reportatge amb gran complexitat pero cal destacar el model tres dimensions i el paper -important- que juga dins la notícia.

## Mòbil

Quan consultem aquesta peça des del nostre smartphone -ja sigui vertical o horitzontal-, veiem una certa dificultat en la càrrega. El text es sobreposa a la imatge, que és l'element més potent d'aquest reportatge. Això fa que no la podem gaudir en la seva totalitat. Una de les solucions que han trobat a no tapar la imatge amb tres dimensions és treure les altres imatges d'arxiu que aporten context. La peça perd així un dels elements més importants.

## Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	La imatge de fons, un dels elements més potents de la peça.
A eliminar	-
A millorar	Integració de les imatges desaparegudes en format mòbil.



Imatge 16. Captura de pantalla de mòbil de *The Dawn Wall*.

## Com millorar el reportatge en format mòbil

L'únic element que hauríem de corregir d'aquest reportatge és la integració de les imatges que desapareixen del format ordinador al mòbil. El que proposem és incorporar un botó a l'acabar cada bloc de text que ens portés a les imatges de veritat. Si no es vol apostar per aquesta opció, es podrien recollir totes en una apartat diferent vinculat a la part final del reportatge mitjançant un enllaç o un botó flotant d'acció.

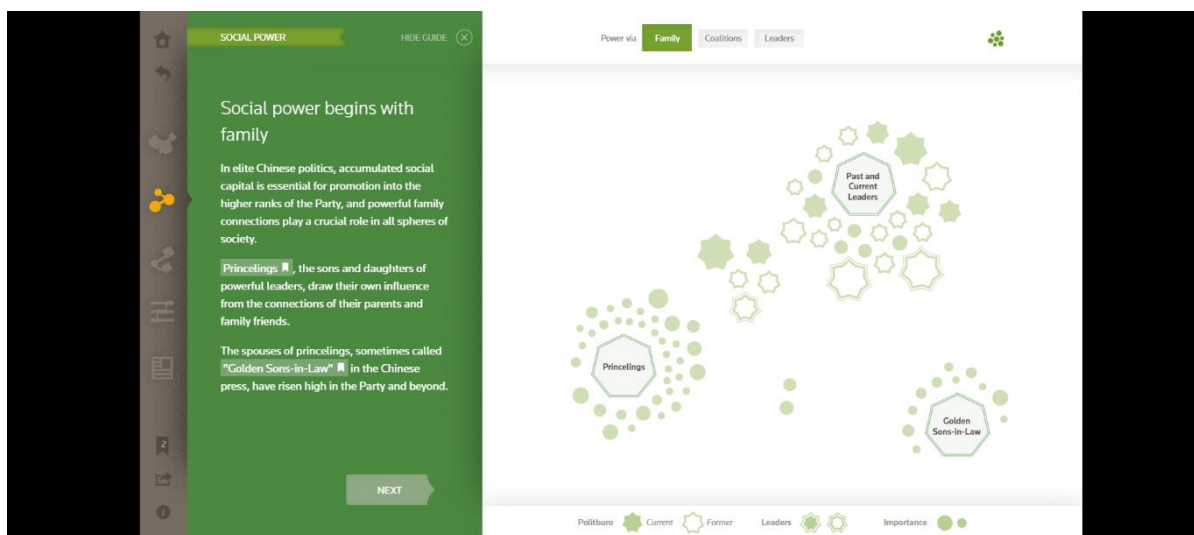
### 5.9. Connected China – Reuters

#### Descripció (<http://china.fathom.info/>)

Aquest reportatge és tot un exemple sobre com explotar al màxim la visualització de les dades. *Connected China* explica diferents aspectes del país asiàtic així com el seu teixit social, el teixit institucional o el demogràfic. Es barreja molta informació i diferents tipus de visualitzacions.

La peça se'ns presenta d'una manera sòbria i clara, més com una pàgina web d'una institució que com a un reportatge. Trobem un menú on podem escollir cinc camins que tracten diferents temes: China 101, Social Power, Institucional Power, Career Comparison, Featured Stories. Al marge esquerra -part baixa- veiem un icona d'informació. Si hi cliquem, ens dona informació bàsica sobre aquesta peça com per exemple com són les relacions entre la gent, institucions i relacions de l'elit de la Xina.

Començant pel primer apartat ens trobem que és una explicació del cos de la peça -Social Power, Intitucional Power i Career Comparison- i et convida a anar a qualsevol dels tres llocs. Seguint l'ordre, anirem a Social Power, que ens explica les relacions socials de les famílies més importants de la Xina com el seu president Xi Jinping. Al marge esquerra tenim informació -llegenda- mentre que a la dreta contem amb un seguit de diferents figures com rodones, hexàgons o estrelles. Quan passem el cursor per sobre, ens surt el nom del protagonista i aquelles relacions que te.



Imatge 17. Captura de pantalla d'ordinador de *Connected China*.

Si cliquem en un dels protagonistes se'ns obre una finestra nova, amb la imatge del personatge escollit, un petit resum del seu càrrec així com altres informacions. A la dreta ens torna a relacionar els protagonistes amb altres punts geomètrics amb fletxes, que significa altres personalitats. L'usuari pot anar remenant la informació.

Quan anem al tercer apartat -Institucional Power- se'ns explica com està organitzat el partit dels comunistes xinès. Seguint el format habitual en el reportatge, a l'esquerra tenim informació escrita i a la dreta un grafisme. En aquest cas es tracta d'un grafisme estàtic que no ens proporciona interactivitat. Si seguim en el relat, mitjançant un botó, ens dona més informació -juntament amb grafismes dinàmics- com els tres pilars de la política xinesa. Sempre tenim la oportunitat de retrocedir, o moure'ns a diferents llocs del relat.

El tercer -i últim punt amb contingut periodístic- anomenat Career Comparison trobem una comparació entre el president actual Xi Jinping i Hu Jintao en dos barems: edat i anys al càrrec. Ens explica mitjançant un gràfic de barres estàtic com van anar avançant fins a arribar a la presidència. Quan acaba la comparació, podem fer el mateix exercici amb altres membres del govern en un gràfic dinàmic.

L'últim punt del reportatge és un recull de notícies sobre el país protagonista. Un altre element present en tot el reportatge és que pots posar etiquetes, per si hi

ha una part que vols destacar o guardar. També podem sortir a l'inici o tornar a veure la informació.

### **Elements multimèdia**

Aquest reportatge te com a gran protagonista els grafisme, sobretot els dinàmics. Un dels recursos recurrents que anem veient és la informació presentada en formes geomètriques i relacionades unes amb les altres mitjançant fletxes. També hi son presents altres elements més recurrents com imatge o text.

El text que se'ns proporciona sempre és breu i concís. Queda clar que el protagonista indiscutible és el grafisme. Un dels altres elements que acompanyen sovint el text és una imatge del protagonista, una imatge de petites dimensions, només per tal que l'usuari situï visualment al protagonista.

### **Grau interactivitat**

Si l'usuari no és actiu en aquest reportatge és impossible consumir-lo. L'objectiu de la peça és que es cliquin les imatges, els grafismes i que el propi lector tregui les seves pròpies conclusions fent les seves eleccions. Un exemple d'això és que no hi ha cap tipus de conclusió, només es presenta la informació.

Un dels altres elements que ens fa destacar la interactivitat d'aquesta peça és que no hi ha un camí clar. Se'ns dona diferents opcions i l'usuari pot començar per la que vulgui. D'altres detalls que s'agraeixen son el fet de poder guardar la informació, ampliar els coneixements amb altres notícies o la guia per tal que l'usuari es sàpiga moure bé.

### **Tipus de narrativa**

Podriem dir que és un tipus de narrativa concèntrica, construït tot el relat a partir de l'inici però tret del començament no és necessari que l'usuari passi per al menú l'inici per anar d'una part a l'altra. Els enllaços interns son prou clars i el menú es trasllada al marge esquerre quan entrem al relat.

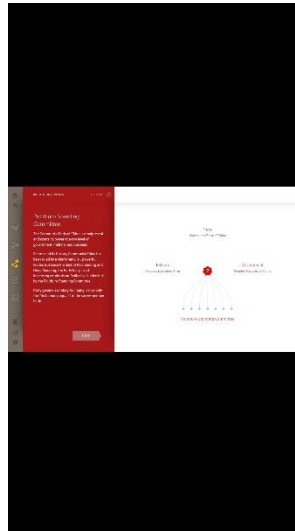
### **Navegació**

Tot i el gran poder del grafisme, aquest reportatge es presenta de manera clara i ben entesa. Al principi se'ns proporciona una guia per tal que l'usuari sàpiga com moure's dins del reportatge. Per a gent que no està acostumada a aquests formats és un detall a agrair.

Podem dir que, tot i el treball que hi ha amb el grafisme, la informació es pot confondre i fins i tot carregar a l'usuari: molts gràfics, molta informació i l'objectiu del reportatge no està clar. No hi ha una història concreta a explicar, és l'usuari qui acaba decidint què fer.

## Mòbil

Des de bon principi, quan vols consumir-lo en format horitzontal des del smartphone et surt un missatge que et diu que és impossible, que es pot veure únicament en format vertical. En format vertical es retalla per dalt i per baix la pantalla i queda al mig una imatge del que seria el reportatge vist per a l'ordinador. Es malgasta espai per a dalt i per a baix.



Imatge 18. Captura de pantalla de mòbil de Connected China.

No es pot ampliar i resulta impossible veure els noms i les relacions entre els protagonistes. La interactivitat és impossible i d'aquesta manera el reportatge no te cap mena de sentit doncs és el seu element principal.

## Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	-
A eliminar	Part de l'enorme complexitat que presenta.
A millorar	El consum horitzontal del reportatge. La possibilitat d'ampliar els continguts.

## Com millorar el reportatge en format mòbil

Primer de tot, cal destacar que aquesta peça dona infinitat d'opcions diferents a l'ordinador. Un cop el volem visualitzar des del mòbil resulta completament impossible. Dues de les mesures que s'haurien d'aplicar i que serien un gran avenç son adaptar el contingut en format horitzontal i donar la possibilitat d'ampliar. Amb aquests detalls ja recuperariem part del reportatge d'ordinador.

Un dels altres canvis que proposariem seria el fet de treure o simplificar el contingut que proposa amb finalitats més concretes. Des del mòbil no és tan còmode interactuar amb elements tant petits i això pot resultar cansat i poc atractiu.

## 5.10. Tengo 10 años y estreno móvil - El País

**Descripció** (<https://elpais.com/especiales/2019/crecer-conectados/whatsapp/>)

Aquest reportatge és tota una experiència. L'equip de d'"especiales" d'El País han apostat per un format innovador per informar d'una de les realitats que vivim en els nostres temps. La peça es titula *Tengo 10 años y estreno móvil* i ja ens presenta de quin tema parlarem al llarg del reportatge. Primer de tot, ens explica com s'ha tret la informació: entrevistes a tres estudiants de cinquè de primària. Ens recomanen activar el so per viure millor l'experiència.

A continuació se'ns presenta un model del xat de Whatts App Web. A l'esquerra veiem quatre converses mentre que al centre i a la dreta veiem una conversa com si es tractés del propi xat. Avancem mitjançant *scroll*. Els missatges van apareixent així com imatges i àudios. Els periodistes del mitjà donen dades i posen les preguntes, els estudiants s'encarreguen de respondre a totes les qüestions. Tot com si fossin missatges.

Els estudiants tracten diferents temes com quantes hores utilitzen l'aparell, en quins casos o quines aplicacions tenen més èxit entre els joves. Cal destacar el paper dels periodistes que aporten context i expliquen aquelles aplicacions més utilitzades. En moltes ocasions utilitzen els vídeos per presentar les diferents aplicacions.

S'utilitza tot allò que es pot trobar a l'aplicació de comunicació com poden ser vídeos, vídeos de Youtube, imatges, missatges de text o, fins i tot, adhesius. Al finalitzar explica breument el projecte i com s'ha fet. L'usuari pot escriure tot i que els continguts no varien en absolut. És una eina interactiva sense reacció.

### **Elements multimèdia**

Com hem dit anteriorment aquest xat simulat té tots els elements que podem veure dia a dia a l'aplicació de missatgeria Whatts App. Podem veure com les imatges predominen la primera part, quan els toca presentar-se i després deixen pas als vídeos combinant-los amb missatges textuais. També hi ha nombrosos talls d'àudio.

### **Interactivitat**

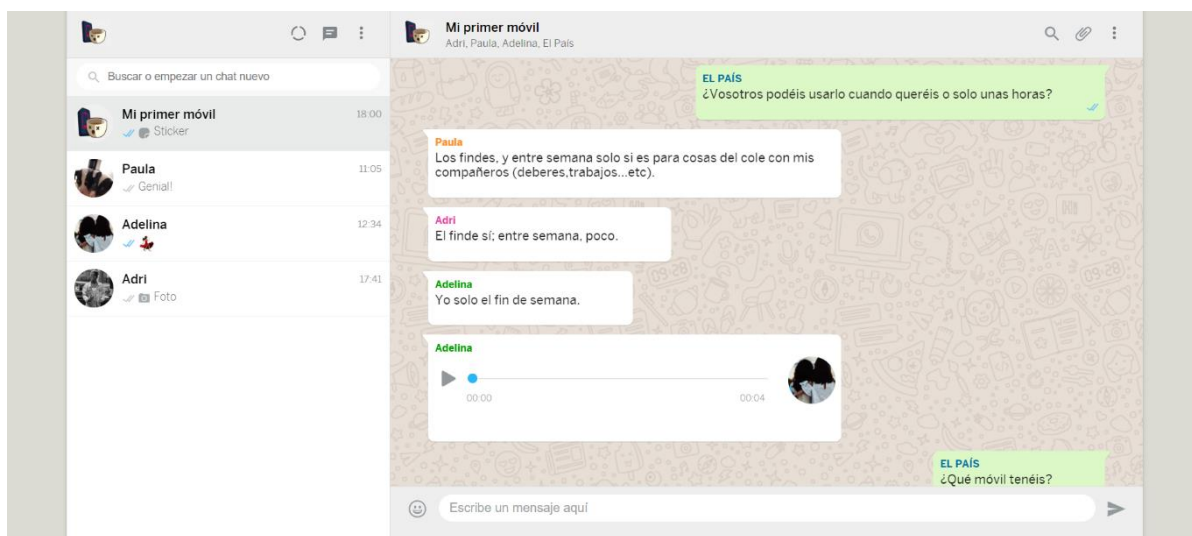
L'usuari se sent completament a dins d'una conversa de Whatts App. Tot i que pot escriure no hi ha una comunicació bidireccional. Es tracta d'anar avançant - via *scroll*- i anar llegint i visualitzant els continguts. L'única interactivitat que tenen a l'abast els usuaris és a l'hora de visualitzar o no algun contingut.

## Tipus de narrativa

La narrativa que proposa aquest reportatge és lineal. Es tracta d'una conversa de Whatts App que es va desenvolupant de manera cronològica, de principi a final, sense que hi hagi altres opcions per desviar-nos del relat pensat.

## Navegació

En aquest apartat cal destacar la feina informàtica que hi ha darrera, així com la idea. El tema es podria haver tractat com un reportatge normal en format paper o web amb declaracions entre cometes i poc més. En canvi, els realitzadors han apostat per a la innovació i ja que es tracta d'un tema vinculat a internet, presentar-ho com a una conversa de Whatts App.



Imatge 19. Captura de pantalla d'ordinador de *Tengo 10 años y estreno móvil*.

El disseny i la usabilitat et porten de cop a l'aplicació per ordinadors. Sembla que estiguis dins la pròpia aplicació però tot és ficció. Pots veure els diferents continguts així com escriure, tot i que no hi ha cap tipus de resposta. L'experiència és bona i enriquidora. Trobem que el fet de presentar la informació d'aquesta manera la fa més atractiva.

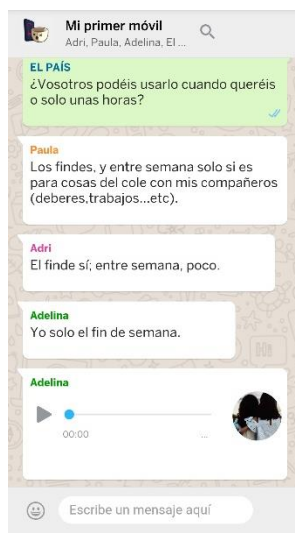
## Mòbil

Com passa amb l'ordinador, quan obrim aquest reportatge per mòbil -format vertical-, el contingut s'adapta per complet. Sembla que estiguis dins la pròpia aplicació de Whatts App i has d'anar avançant fent *scroll*. És un exemple de com adaptar noves narratives a les petites pantalles.

Els productors d'aquest peça han centrat els seus esforços en adaptar el contingut seguint el model de l'aplicació de missatgeria i ho han aconseguit. Sigui quina sigui la plataforma escollida és tot un èxit en termes de navegabilitat.

## Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	Completament adaptat el contingut tant amb ordinador com en format mòbil.
A eliminar	-
A millorar	-



Imatge 20. Captura de pantalla de mòbil de *Tengo 10 años y estreno móvil*.

### Com millorar el reportatge en format mòbil

En aquest cas, el reportatge s'adapta millor en format mòbil que en format ordinador. Sembla que estiguis a l'aplicació de Whatts App i no en una peça informativa.

#### 5.11. Los dos entierros de Franco - RTVE Lab

##### Descripció (<https://lab.rtve.es/franco-exhumacion-entierro/>)

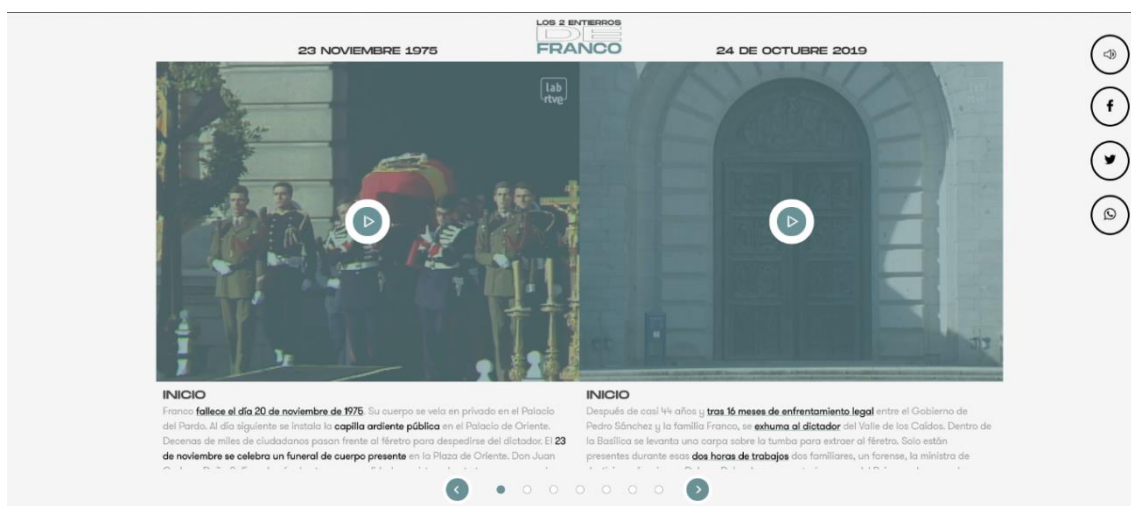
Aquest reportatge tracta dels dos enterraments de Francisco Franco, el que va ser dictador de Espanya. La peça s'ha realitzat amb motiu de l'exhumació del dictador del passat mes d'octubre i n'explica més detalls. Tal i com entrem en al lloc web, veiem el titular centrat amb dues imatges -la mateixa repetida- del dictador. Ens acompanya de fons una imatge del Valle de los Caídos, un text que ens introdueix el tema i la possibilitat de compartir la peça a xarxes socials. També podem veure l'exhumació mitjançant un enllaç a La 2 o tornar a l'apartat de reportatges de la secció Lab de RTVE.

Ens conviden a fer *scroll* per avançar en el reportatge i així ho fem. Trobem dos anys en gran -1975 i 2019, anys dels dos enterraments del dictador- i unes petites línies de text que en expliquen quan i com van succeir. Tot seguit ens convida a seguir baixant i canviar el vídeo per comparar els dos enterraments. El cos del contingut son dos vídeos -un a esquerra i l'altre a dreta- que podem



reproduir a la vegada. És perquè l'usuari pugui comparar les diferències entre els dos anys. Sota del vídeos hi ha textos que ens posen en context.

Hi ha fins a sis apartats on aquest model es va repetint: l'inici, el trasllat del cos, on és enterrat?, qui va anar a l'enterrament?, com és la cerimònia? i com ho viu Espanya?. En aquesta part, seguim fent *scroll* però no avancem verticalment, sinó que ens movem en horitzontal. Un dels detalls a destacar és l'aprofitament dels recursos audiovisuals que te RTVE i que aprofita per elaborar al reportatge.



Imatge 21. Captura de pantalla d'ordinador de *Los dos entierros de Franco*.

Quan acabem se'ns presenten els crèdits del reportatge i el mateix enllaç que ens proposaven a l'inici: veure l'especial de l'enterrament de Franco a l'arxiu de RTVE.

### Elements multimèdia

Al ser un producte vinculat en un mitjà de comunicació audiovisual, el paper de les imatges és molt important. De fet, d'estàtiques en trobem ben poques. Només podem veure una imatge del Valle de los Caídos i de Franco a la portada. El que sí que té molt protagonisme són els vídeos. De fet, és l'element central i el que ens dona més informació. Podem veure un total de 10 vídeos de reproducció automàtica -cinc de cada any- que ens mostren com es van viure els diferents enterraments.

També cal destacar el paper del text que, com acostuma a passar en aquests casos és contextual. Expliquen detalls i curiositats del que veiem al vídeo. Sempre que hi ha un vídeo, apareix a la part baixa un text. Sense un difícilment tindria sentit l'altre.

### Interactivitat

Aquesta peça no destaca pel grau d'interactivitat de l'usuari vers al relat. És una narrativa lineal i només es pot avançar fent *scroll*. Els vídeos són de reproducció automàtica i no es pot col·laborar o participar en cap moment en el contingut de

la informació. Només apareix la possibilitat d'escollir contingut al principi i al final de la peça, quan ens proposen anar a veure la notícia de La 2.

### Tipus de narrativa

La narrativa de *Los dos entierros de Franco* és lineal. De principi a final hi ha un camí marcat. On hi pot haver alguna variació és en l'apartat dels vídeos que ens podem moure d'un a l'altre però el camí marcat queda ben definit.

### Navegació

Tant la càrrega com la visualització funcionen molt bé. Els continguts estan distribuïts a la peça d'una manera clara i entenedora. Fins i tot hi ha certes ajudes que expliquen a l'usuari com avançar en el reportatge com, per exemple, el fet de col·locar una fletxa perquè es faci l'*scroll*.

### Mòbil

Aquest és un cas on el contingut del format ordinador i del format mòbil varia. Des del smartphone s'ha de consumir en format vertical per tal que no es vegi alterat l'ordre dels continguts. Un dels canvis a destacar és que els vídeos no es col·loquen un a costat de l'altre sinó que ho fan un sota l'altre.



Imatge 22. Captura de pantalla de mòbil de de *Los dos entierros de Franco*.

També desapareix el text que ens posa sota context els diferents vídeos. Si el volem consultar hem de clicar en un botó de "més" i se'ns obre una finestra emergent que ens explica el mateix que podem veure a l'ordinador. Veiem clarament un esforç dels productors del reportatge per adaptar el contingut audiovisual de la millor manera en format pantalla petita. La resta de la navegabilitat és bona i molt entenedora.

### Comparació mòbil versió escriptori

A mantenir	L'organització vertical del contingut. El botó per ampliar la informació en forma de text.
A eliminar	-
A millorar	-

### Com millorar el reportatge en format mòbil

En aquest reportatge s'ha fet un esforç en adaptar el contingut en format vertical. El fet de canviar l'organització i del botó "més" faciliten que l'usuari pugui gaudir de la totalitat dels continguts sense cap dificultat. Al marge esquerre hi ha dos fletxes per pujar o baixar tot i que ho podem fer per *scroll*.

## 6. Anàlisi dels resultats

Un cop hem realitzat els onze anàlisis estudiant detalladament diferents elements hem arribat a un seguit de conclusions generals. Hem simplificat aquestes conclusions dels anàlisis en una taula que es pot trobar a l'Annex. [Consultar Taula 2 de l'Annex]

Primer de tot, en els reportatges analitzats destaca el fet que la gran majoria de les peces estudiades resulten de narrativa lineal, pensades de principi a final en un ordre concret -normalment cronològic- i que, en la gran majoria de casos, hem d'avançar fent *scroll* tant al mòbil com a l'ordinador.

El grau d'interactivitat en la majoria de peces és baix. En la gran part, el relat està definit i tancat però en alguns casos com *Connected China* o *Cuadernos del coimas* veiem on l'usuari té un paper molt important dins de la construcció del relat i la informació donada depèn de les accions preses pels usuaris.

Com a element multimèdia predominant en la majoria de peces, destaca el text i la imatge estàtica. Trobem a faltar en moltes ocasions una combinació de text amb altres elements com serien els grafisme interactius, estàtics o els vídeos. Dels pocs gràfics que trobem i funcionen -només a l'ordinador- és *Desaparecidos*, de Universo.

Adaptabilitat per a mòbils

Hem de destacar que aquells reportatges que fa més anys que van sortir a la llum no tenen una adaptabilitat correcta ja des del començament pel que fa a la pantalla mòbil. Exemple d'això són *Snow Fall* (2012) o *Connected China* (2014). A la primera peça el text i els altres continguts no s'adapten així com tampoc el menú. El segon exemple ni tan sols es veu en pantalla vertical, només horitzontal.

A mesura que han anat passant els anys hem vist com alguns mitjans de comunicació han posat èmfasis en adaptar aquest contingut a les pantalles petites. De fet, sembla que les seves peces estiguin pensades expressament per ser consumides directament des del smartphone. *Tengo 10 años y estreno móvil*, d'El País, presenta la peça com si sigués un grup de Whatts App, mentre que *Los dos entierros de Franco*, de Lab RTVE, no presenta cap mancança d'un format a l'altra.

Aquest últim reportatge fa un pas enllà i fins i tot adapta algunes de les possibles solucions que expliquem a dins el nostre treball com el botó plus per ampliar la informació. En aquest cas està ben utilitzat doncs amaga una informació que està a disposició de l'usuari quan aquest ho necessiti. Resulta fàcil i intuïtiu.

Un altra dels problemes que volem destacar és que hi ha molts continguts que no s'adapten correctament a les pantalles petites. Sembla que els diferents

elements s'han d'adaptar de la mateixa manera de la pantalla d'ordinador a la de smartphone però no té per què ser sempre d'aquesta manera. Es poden realitzar alguns canvis en els continguts per tal que la forma variï però no així l'essència del missatge.

Per il·lustrar aquest apunt, citem el reportatge *What #eclipse2017 looked like across the country* de The Washington Post. Aquí veiem com tots els continguts creats per a format ordinador desapareixen quan l'obrim amb la pantalla petita com són els diferents mapes, els vídeos o les galeries de fotografies. Per aquest motiu, recomanem que es pot replantejar el contingut i, fins i tot, eliminar-lo si és necessari.

En la línia de l'anterior, hem de valorar que el consum per mòbil no és igual que el de l'ordinador. Molts cops és una lectura més ràpida, més intuïtiva, amb més inputs. Per això tampoc veiem descabellat que, en alguns casos, a més de variar el contingut s'arribi a suprimir alguna part com es fa en algun reportatge. A *Connected China*, de Reuters, observem com hi ha una gran quantitat d'informació, presentada de manera complicada i que en dificulta el consum per part de l'usuari ja des de l'ordinador.

En tres dels nostres anàlisis -*Buscando refugio para mi hijo*, *Snow Fall* i *Desaparecidos*- veiem com els menús proposats pels productors resulten confosos o, fins i tot, no ens proporcionen tota la informació que l'usuari hauria de tenir per moure's còmodament dins del reportatge. Per això volem donar molta importància a l'elecció dels menús que tenim al nostre abast, sobretot en periodisme mòbil, com seria un Hamburguer Menu, que ja solucionaria gran part de les dificultats que en aquests casos se'ns presenten.

## 7. Proposta de prototipatge

A continuació i vistes les mancances que presenten alguns dels reportatges analitzats en la seva versió per a mòbil ens disposem a aportar solucions a alguns dels problemes amb els que ens hem trobat. Afegirem cinc possibles opcions a les diferents dificultats en la visualització.

1. *37 vides segades al Mediterrani*: En aquest reportatge del Diari ARA observem una de les diferències molt comunes entre les dues plataformes. Els productors d'aquest reportatge havien apostat per un fris cronològic per a ambdues plataformes i els problemes de visualització eren evidents: mentre a l'ordinador - on l'horitzontal es veu bé- no genera problemes, sí que ho fa des del mòbil. En el nostre model, hem mantingut el fris cronològic canviant-lo però d'horitzontal a vertical per tal que no es vegi alterada la informació quan fem *scroll*.



Figura 8. Imatge de *37 vides segades al Mediterrani* (Diari ARA) i prototipatge.

2. Aquest cas és lleugerament diferent. En aquesta peça del The Washington Post, *What #eclipse2017 looked like across the country*, veiem com el mapa que trobem a l'ordinador desapareix completament per la versió mòbil. Una de les propostes que podem fer és presentar el mapa mitjançant una imatge estàtica en lloc del buit que se'ns presenta i simplificar la informació.

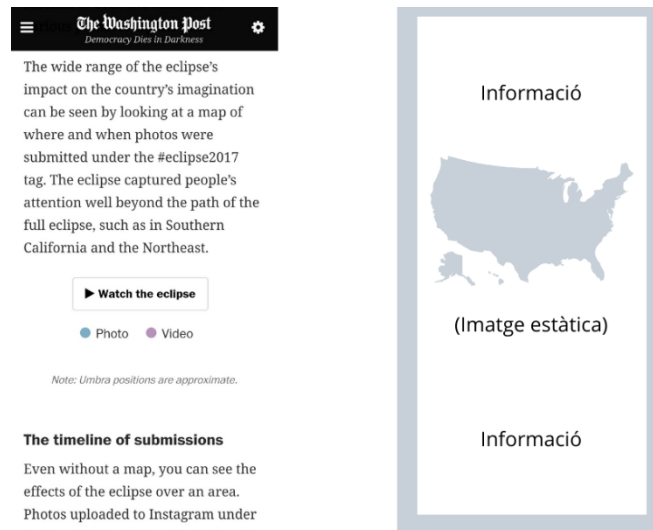


Figura 9. Imatge de *What #eclipse2017 looked like across the country* (The Washington Post) i prototipatge.

3. A la mateixa peça anterior també hem trobat com les imatges penjades pels usuaris a Instagram que es poden veure a l'ordinador, no es carregen al smartphone. Per solucionar-ho proposem crear una galeria fotogràfica per tal que els usuaris puguin gaudir de les imatges però sense desconnectar-se de la línia del reportatge.

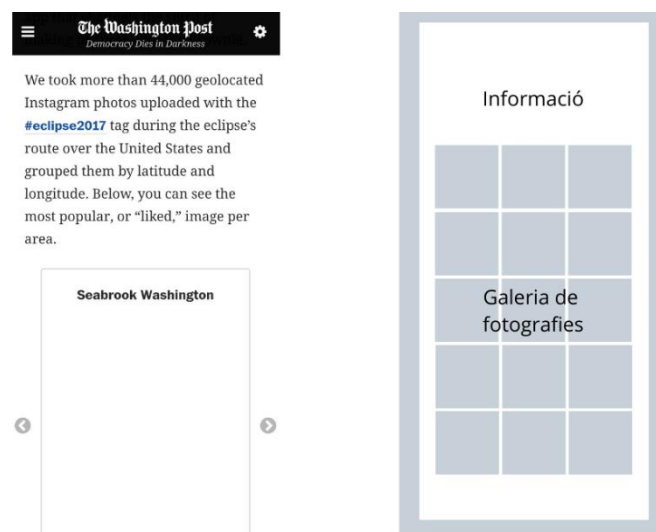


Figura 10. Imatge de *What #eclipse2017 looked like across the country* (The Washington Post) i prototipatge.

4. La principal queixa feta al reportatge *Snow Fall* és el menú que proposa. Aquest reportatge del 2012 no ens presenta la totalitat del menú i això afecta clarament a la navegabilitat doncs només s'ofereixen tres opcions. Per fer-ho tot més àgil, proposem que a la part superior del títol sempre hi sigui present un Hamburguer Menu i es desplegui un menú ocult.

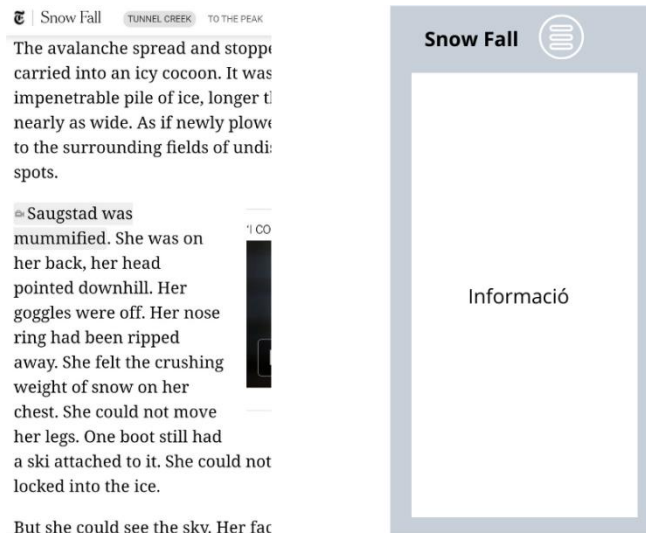


Figura 11. Imatge de *Snow Fall* (The New York Times) i prototipatge.

5. A *The Down Wall* versió mòbil veiem com desapareixen les imatges estàtiques, un dels elements més importants del reportatge. Per tal que no desapareixi aquest element proposem que s'afegeixi una galeria a la part final de la peça o crear un botó flotant on, quan cliquem a sobre, s'obri la imatge. D'aquesta manera no es perdria el potencial de la imatge de fons i tampoc el material fotogràfic.



Figura 12. Imatge de *The Down Wall* (The New York Times) i prototipatge.



En la mateix línia va *El Cano: La gesta de los Pioneros*, on ens desapareix algun fragment de text de la versió mòbil respecte la versió de l'ordinador. Per aquest motiu, proposem la implementació d'un botó flotant a la peça que, quan cliquem a sobre, se'ns ofereixi aquesta informació que desapareix.

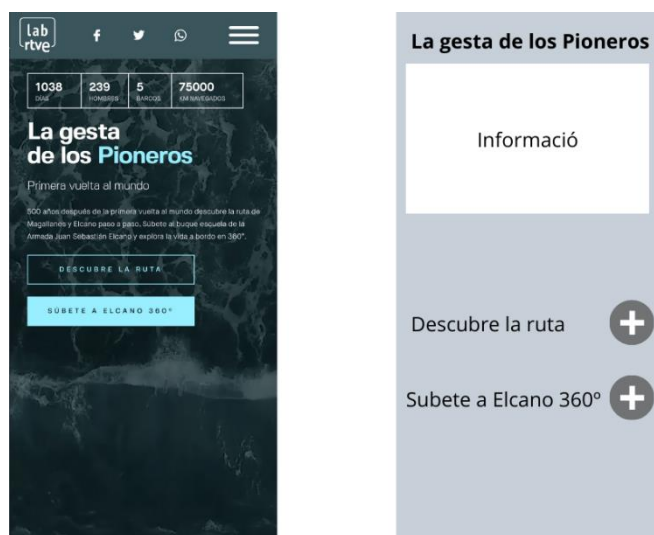


Figura 13. Imatge de El Cano: La gesta de los Pioneros (RTVE Lab) i prototipatge.

## 8. Conclusions

Un cop realitzats els anàlisis i feta la proposta de prototipatge, veiem que tot i que hi ha mitjans que estan fent un gran esforç per adaptar els continguts multimèdia i interactius al mòbil, segueixen sorgint problemes de interacció que dificulten el consum per part de l'usuari en el petit format.

D'aquesta comparació de resultats que hem fet, hem de comentar que, en moltes ocasions, aquests productes pensats en ser consumits en pantalles horitzontals no tenen en compte la manera de visualitzar normalment els smartphones: de manera vertical.

Hem trobat també uns certs canvis de les primeres peces, cronològicament parlant, a les que s'han fet en els últims anys. Hi ha una certa voluntat de canvi i un esforç evident de portar els elements multimèdia i interactius a la petita pantalla. En aquest sentit, podem destacar reportatges com *Los dos entierros de Franco* de RTVE o *Tengo 10 años y estreno móvil* d'El País. En tots dos veiem com el contingut no només s'adapta a la perfecció a la pantalla vertical del mòbil sinó que, fins i tot, arriba a millorar el contingut.

Un dels problemes amb els que es troben els productors és que el periodisme mòbil s'ha d'acostumar a prioritzar alguns continguts en detriment d'altres. No tot hi té cabuda des d'un bon començament. No es compte amb l'amplada ni la superfície de pantalla que l'ordinador proporciona i els continguts s'han d'ordenar per tal que, mitjançant els moviments de l'usuari, es vagin consumint tots els elements amb un cert ordre. Un exemple d'això és *El viaje del Cano*. El laboratori de RTVE organitza a través del *scroll* tots aquells continguts que a la pantalla apareixen de manera apaïxada. Primer text, després mapa i elements multimèdia; un rere l'altre i no tots de cop.

A l'altre extrem trobem casos com el *Connected China* o *Desaparecidos*. Son reportatges amb molt potencial consumits des de la pantalla de l'ordinador però que perden gran part del seu contingut quan els obrim a la petita pantalla. Hi ha molta informació i mal organitzada, fet que provoca que perdem el fil del relat i no li traiem tot allò que els periodistes havien pensat.

Veient aquests exemples podem arribar a dir que és tan important els diferents elements per presentar una informació -vídeos, text, grafisme, imatges...- com el disseny i l'adaptabilitat d'aquest producte a les diferents pantalles que podem trobar avui en dia i son les més comunes: mòbil, ordinador i tauleta. Gran part del tràfic en xarxa arriba des dels smartphones i aquest detall no es pot descuidar a l'hora de pensar i elaborar la informació.

A continuació enumerarem aquestes principals dificultats i les classificarem en tres grans blocs. Després ens disposarem a fer un anàlisi heurístic de propostes de millora.

Al primer bloc, destaquem les dificultats sobre l'adaptació del contingut, podem evidenciar que hi ha un cert problema sobre el canvi de format: de l'horitzontal al vertical. La majoria de les peces analitzades estan pensades per respondre a una pantalla d'ordinador i, quan se'ls hi canvia el format al mòbil, no es poden gaudir de la mateixa manera.

Per exemplificar-ho, tenim l'exemple del reportatge *37 vides segades a Mediterrani* del Diari Ara. L'equip d'interactius del digital aposta per explicar els fets mitjançant un eix cronològic que va d'esquerra a dreta i avança a mesura que nosaltres fem *scroll*. A l'ordinador, com acostuma a passar, el seu consum és còmode i satisfactori. El problema el trobem quan s'obre al mòbil. Aquest eix cronològic es trenca i apareix desordenat, amb línies, lletres i text sense gaire sentit.

En aquesta línia, apuntem també la complexitat de molts peces i el discret procés del productors d'adaptar la informació d'un format a l'altra. En aquesta línia, volem destacar que com més senzilla és la informació, menys dificultat de càrrega de la pàgina te i més fàcil pot ser pel seu consum. Dos casos que reforcen això que diem, ho trobem a la peça analitzada *What #eclipse2017 looked like across the country*. Aquí veiem com diferents elements que funcionen molt bé a l'ordinador, ni tant sols es visualitzen al mòbil. Per citar-ne algun podem comentar el mapa combinat amb fotografies dels primers paràgrafs o el mapa que explica el recorregut de l'eclipsi pels Estats Units.

Per finalitzar, destaquem aquells problemes relacionats amb la tria de menús. El menú és aquell element que ens permet posar ordre dins d'un reportatge. Per exemple, a la mítica i premiada peça del The New York Times, *Snowfall*, veiem com la tria errònia del menú, juntament amb altres problemes, dificulta el seu consum.

Una vegada vistes les dificultats que presenten alguns dels reportatges analitzats, detallarem en un anàlisi heurístic alguns dels aspectes a tenir en compte per a futurs productors del reportatges multimèdia i interactius per tal que els continguts que ells mateixos creïn no es morin un cop se surt de la pantalla de l'ordinador, sinó que tinguin més vida en altres formats com les petites pantalles.

Sobre el primer bloc comentat, l'adaptació del contingut a la pantalla vertical, cal començar recordant que l'ús més freqüent del mòbil és el vertical i que, per tant, com millor s'adapti el contingut a aquest tipus de pantalla, millor serà l'acollida per part de l'usuari i més còmode resultarà la seva navegabilitat. Això passa per reflexionar i pensar com podem fer per adaptar els continguts previstos en pantalla horitzontal a la vertical.

En el cas de la peça del Diari ARA la solució és fàcil, intuïtiva i no altera el missatge que es vol donar ni tampoc la manera de transmetre'l. Canviaríem l'eix

cronològic horitzontal de l'ordinador, per un de vertical, on s'avancés mitjançant *scroll* també, però enlloc d'esquerra a dreta, de dalt a baix.

Aprofitem aquest reportatge -*37 vides segades al Mediterrani*- com a model per destacar que en aquelles peces lineals, que no comporten salts dins d'un relat, és recomanable en format mòbil que s'eviti tant com sigui possible el canvi de pantalles, el que és el mateix, l'ús d'enllaços. Si ja és complicat no perdre's dins el relat des de l'ordinador, que la informació es presenta més gran i tota ordenada, resulta molt difícil de seguir una història si es van fent salts d'enllaç a enllaç mentre la pàgina es carrega correctament.

Respecte a la complexitat que presenten moltes peces a l'hora de presentar la informació com és el cas de *What #eclipse2017 looked like across the country*, la solució passa per la simplificació. Si enlloc de traslladar aquesta informació directament al mòbil sense reflexionar en quins problemes es podrien trobar, haguéssin decidit treure o canviar la presentació d'alguns dels elements, aquesta informació no s'hagués perdut i el reportatge hagués mantingut la força que te en format ordinador. El primer problema relacionat amb la imatge es podria haver resolt amb una simple galeria fotogràfica, mentre que el segon amb una imatge estàtica d'un mapa en comptes d'un mapa dinàmic, que ni tant sols es carrega al smartphone.

Per acabar amb l'anàlisi heurístic, volem recalcar la importància d'una bona tria de menús. El problema que presenta *Snowfall* es podria haver solucionat amb un simple Hamburguer Menu. Aquest es pot utilitzar la majoria de vegades i ens serviria per ocultar els diferents apartats en un mateix botó.

Per finalitzar aquestes recomanacions, ens agradaria donar importància a altres eines pròpies del periodisme mòbil com el botó flotant i d'altres eines. Aquests resulten molt útils per buidar de text la pantalla per donar la oportunitat a l'usuari de consultar-lo amb un sol clic. Exemple d'això és *Los dos entierros de Franco* de RTVE Lab.

Veiem que hi ha un canvi de les últimes peces a les més antigues y que hi ha mitjans com El País o el departament de Laboratori Audiovisual de RTVE que fan esforços per igualar la qualitat dels continguts del format ordinador i dels altres més petits. Això no només beneficia i prestigia els mitjans en qüestió sinó que pot repercutir directament amb un tràfic d'audiència més elevat doncs gran part del consum va des dels smartphones.

Com a punt i final a les conclusions, volem obrir una via d'estudi a tractar que podria tenir cabuda en un futur com por ser un anàlisi a fons sobre com les noves narratives digitals i el periodisme mòbil poden conviure en un mateix format i que aquest no alteri el resultat final del reportatge i aquell missatge que els periodistes han volgut donar.

## 9. Bibliografia

- AIMC. (04-05 / 2019). *Dispositivos de acceso a internet*. Recollit de AIMC: <http://internet.aimc.es/index.html#/main/dispositivoacceso> Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Babich, N. (10 / 5 / 2017). *Basic Patterns For Mobile Navigation: Pros And Cons*. Recollit de Smashing Magazine: <https://www.smashingmagazine.com/2017/05/basic-patterns-mobile-navigation/> Consultat el 5 de desembre de 2019
- Budiu, R. (15 / 11 / 2015). *Basic Patterns for Mobile Navigation: A Primer*. Recollit de Nielsen Norman Group: <https://www.nngroup.com/articles/mobile-navigation-patterns/> Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Culemanía. (17 / 10 / 2019). *Culemanía tráfico*. Recollit de Culemanía: <https://www.culemania.com/> Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Diari ARA. (2019). *Reconeixements*. Recollit de Diari ARA: <https://interactius.ara.cat/> Consultat el 3 de gener de 2020
- Dunjó, & F. (2013). *Producció i distribució multiplataforma*. Recollit de Universitat Oberta de Barcelona: [http://cv.uoc.edu/tren/trenacc/web/GAT\\_EXP.PLANDOCENTE?any\\_academico=20161&cod\\_asignatura=16.583&idioma=CAT&pagina=PD\\_PREV\\_PORTAL](http://cv.uoc.edu/tren/trenacc/web/GAT_EXP.PLANDOCENTE?any_academico=20161&cod_asignatura=16.583&idioma=CAT&pagina=PD_PREV_PORTAL) Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Enginess. (22 / 09 / 2017). *Mobile Navigation Patterns that Improve Your UX*. Recollit de Enginess: <https://www.enginess.io/insights/mobile-navigation-patterns> Consultat el 5 de desembre de 2019
- Freixa, P., Pérez-Montoro, M., & Codina, L. (2017). Interacción y visualización de datos en el periodismo estructurado. *El profesional de la información*, v. 26 n.6 1076-1096. Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Hernanz, M., & De Antonio, E. (2019). *Mil mujeres asesinadas*. Recollit de Lab RTVE: <https://lab.rtve.es/mil-mujeres-asesinadas/> Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Jay Liu, I. (sense data). *"Connected China," Reuters, launched March 2013*. Recollit de Irene Jay Liu: <http://www.irenejayliu.com/connected-china> Consultat el 3 de gener 2020
- Lab RTVE. (14 / 10 / 2019). *El Lab de RTVE.es gana un oro y dos bronce en los premios de diseño periodístico ÑH2019*. Recollit de Lab RTVE: <http://www.rtve.es/rtve/20191014/lab-rtvees-gana-oro-dos-bronce-premios-diseno-periodistico-nh2019/1981551.shtml> Consultat el 3 de gener de 2020

- McAthy, R. (16 / 4 / 2013). *Pulitzer goes to New York Times 'Snow Fall' journalist*. Recollit de journalism.co.uk: <https://www.journalism.co.uk/news/new-york-times-digital-snowfall-feature-wins-pulitzer/s2/a552683/> Consultat el 3 de gener de 2020
- Mobile Patterns. (2019). *Navegation. Mobile Patterns*. Recollit de Mobile Patterns: <https://mobile-patterns.com/navigation> Consultat el 5 de desembre de 2019
- Pérez-Montoro, M. (2018). *Interaction in Digital News Media: From Principles to Practice*. Londres: Palgrave Macmillan (Springer Nature). Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Reig Valera, C. (2018). *En la brecha*. Recollit de Lab RTVE: <https://lab.rtve.es/webdocs/brecha/home/> Consultat el 22 d'octubre de 2019
- Robert, M. (16 / 4 / 2016). *“Detrás de las cifras de desaparecidos faltan los rostros y las historias”*. Recollit de El País: [https://elpais.com/politica/2016/04/19/actualidad/1461086421\\_144320.html](https://elpais.com/politica/2016/04/19/actualidad/1461086421_144320.html) Consultat el 3 de gener de 2020
- Wroblewski, L. (22 / 09 / 2010). *Design for Mobile: What Gestures do People Use?* Recollit de LukeW: <https://www.lukew.com/ff/entry.asp?1197> Consultat el 5 de desembre de 2019

## 10. Webgrafia dels productes analitzats

- Bauluz, J. (2017). *Buscando refugio para mis hijos*. Recollit de Huella Digital: <http://huelladigital.univisionnoticias.com/crisis-refugiados-javier-bauluz/index.html>
- Branch, J. (20 de 12 de 2012). *Snow Fall*. Recollit de The New York Times: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>
- Carter, S., Andrews, W., Watkins, D., & Ward Jan, J. (09 de 01 de 2015). *The Dawn Wall*. Recollit de The New York Times: <https://www.nytimes.com/interactive/2015/01/09/sports/the-dawn-wall-el-capitan.html?mtrref=www.google.com&assetType=PAYWALL>
- Emamdjomeh, A., & Lu, D. (21 de 08 de 2017). *What #eclipse2017 looked like across the country*. Recollit de The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/national/health-science/eclipse-2017-instagram/>
- Jay Liu, I., Ma, Y., Yusuf, M., Ip, C., & Newland, J. (02 de 2013). *Connected China*. Recollit de Reuters: <http://china.fathom.info/>
- Marfà, R., & Guilleumas, J. (2019). *37 vides segades al Mediterrani*. Recollit de Diari Ara : <https://interactius.ara.cat/immigrants-marroc-espanya-europa-mediterrani>
- Peña, C., Hernanz, M., Guardiola, J., Jiménez, S., Gil, V., & Echeita, P. (2019). *Cuadernos del Coimas*. Recollit de Lab RTVE: <http://lab.rtve.es/cuadernos-coimas/>
- Pérez, E., Martín, M., Prieto, P., Martínez, A., & Hernanz, M. (2019). *Los dos entierros de Franco*. Recollit de Lab RTVE: <https://lab.rtve.es/franco-exhumacion-entierro/>
- Pérez-Amat, E., & Álvarez, D. (2019). *El viaje del Cano*. Recollit de Lab RTVE: <http://lab.rtve.es/elcano/es/>
- Saúl, L., Guazo, D., Landa, E., & Torres Ortuño, D. (2016). *Desaparecidos*. Recollit de El Universal: <https://interactivo.eluniversal.com.mx/desaparecidos/index.html>
- Viejo, M., & Torres, A. (04 de 2019). *Tengo 10 años y estreno móvil*. Recollit de El País: <https://elpais.com/especiales/2019/crecer-conectados/whatsapp/>

## 11. Annex

Reportatge	Mitjà	Elements multimèdia/ recursos	Elements narratius	Grau d'interactivitat	Tipus de narrativa	Navegació (ordinador)	Mòbil	Com millorar el reportatge en format mòbil
<b>37 vides segades al Mediterrani</b>	Diari Ara	Molt text però compensat amb imatge i àudio.		Majoritàriament en forma de <i>scroll</i> .	Narrativa lineal.	No presenta cap problema.	Hi ha parts que presenten seriosos problemes, com l'eix cronològic.	Adaptar el disseny de l'eix cronològic de manera vertical en lloc d'horitzontal.
<b>Tengo 10 años y estreno móvil</b>	El País	Com un xat: text, imatges, vídeo i àudio.		Majoritàriament en forma de <i>scroll</i> .	Narrativa lineal.	No presenta cap problema.	No presenta cap problema. Fins i tot millora la presentació.	Res a millorar.
<b>Desaparecidos</b>	El Universal	Molta imatge i text però destaca per sobre la resta els mapes interactius i el gràfic lineal.		L'apartat que aporta la interactivitat son els mapes i els gràfics a l'apartat Mèxic i Colòmbia.	Narrativa lineal.	Inici confós i enllaç entre les parts complicat.	Grans canvis d'un a l'altre format. Millor en vertical. Pèrdua de molt contingut.	La creació d'un menú més clar. Adaptar la mida del contingut en pantalla horitzontal. Mostrar el text que desapareix.
<b>Buscando refugio para mi hijo</b>	Huella Digital	Predominen les imatges estàtiques. Més d'un centenar.		Molt encasellat. Casi que no es pot interactuar en el contingut.	Narrativa lineal.	No presenta cap problema.	Menú més confós. Millor el consum en pantalla vertical.	La creació d'un menú més clar. Adaptar la mida del contingut en pantalla horitzontal.
<b>Connected China</b>	Reuters	Gran protagonisme del grafisme.		Paper clau de l'usuari.	Narrativa concèntrica.	No presenta cap problema i està explicat com consumir la peça sense problema.	Només format vertical i consum pràcticament impossible.	Adaptar a pantalla horitzontal i simplificar el contingut.
<b>El Cano: la gesta de los Pioneros</b>	RTVE Lab	Predomini del material visual, concretament la imatge estàtica i dinàmica. També compte amb text i mapes.		Majoritàriament en forma de <i>scroll</i> .	Narrativa concèntrica.	No presenta cap problema.	Millor en pantalla vertical la primera part mentre que la segona es recomana girar-la al horitzontal.	Col·locar botó flotant on desapareix la informació, reduir la mida dels continguts i adaptar el vídeo 360 graus en format vertical.
<b>Cuadernos de coimas</b>	RTVE Lab	Predomina el vídeo i el grafisme.		Vídeo: inexistent. Grafisme: moltes possibilitats per a l'usuari	Narrativa espina de peix.	Organització confosa.	S'adapta molt correctament el contingut en format vertical i horitzontal.	Promoure el vídeo documental més del què es fa.
<b>Los dos entierros de Franco</b>	RTVE Lab	Predominen les imatges dinàmiques.		Majoritàriament en forma de <i>scroll</i> .	Narrativa lineal.	No presenta cap problema.	Consum en format vertical i ben adaptat.	Res a millorar.
<b>The Dawn Wall</b>	The New York Times	Predomina les imatges estàtiques i la imatge 3D.		Majoritàriament en forma de <i>scroll</i> .	Narrativa lineal.	No presenta cap problema.	Desapareixen les imatges estàtiques.	Crear una galeria o utilitzar un botó per mostrar aquelles imatges que desapareixen.
<b>Snow Fall</b>	The New York Times	Predominen els elements visuals.		Majoritàriament en forma de <i>scroll</i> .	Narrativa lineal.	No presenta cap problema.	Seriosos problemes en adaptabilitat del contingut.	Replantejar la mida del contingut i reformar el menú que podria ser un Hamburger Menu.
<b>What #eclipse2017 looked like across the country</b>	The Washington Post	Predominen les imatges estàtiques i els mapes.		Majoritàriament en forma de <i>scroll</i> però també amb els mapes.	Narrativa lineal.	No presenta cap problema.	Desapareixen casi tots els elements multimèdia i interactius.	Afegir una galeria d'imatges i canviar els mapes interactius per estàtics doncs cap de les dues coses apareix al mòbil.

Taula 2. Resum de les conclusions extretes dels anàlisis.