


Transmedia como estrategia de innovación informativa. El caso del webdoc BackUp (Lab-RTVE, España)

Transmedia as a strategy for news innovation. The case of the webdoc BackUp (Lab-RTVE, Spain)

Sara González-Fernández

Universidad Internacional de La Rioja | Avenida de la Paz, 137, 26006, Logroño | España

 0000-0002-7773-5318 | sara.gonzalezfernandez@unir.net

Recepción 13/12/2024 · Aceptación 13/07/2025 · Publicación 15/10/2025

Resumen

Este trabajo se centra en el análisis de la serie documental *BackUp*, creada por el Lab RTVE, como proyecto informativo multimedia innovador. El objetivo principal es examinar la narrativa de la serie y los recursos empleados para crear una experiencia atractiva para su audiencia. La investigación examina tanto los siete episodios (n=7) que conforman el webdoc como la página web del proyecto en la que se profundiza en el contenido. Para ello, se utiliza una metodología de análisis de contenido desde una perspectiva descriptiva con un enfoque cuantitativo y cualitativo. Los resultados ponen de manifiesto que *BackUp* integra nuevos formatos y narrativas a partir de un lenguaje multimedia e hipertextual, para ofrecer una experiencia informativa completa a través de un enfoque transmedia. Esta estrategia narrativa permite una interacción dinámica y participativa con el contenido, lo que resulta en una experiencia más enriquecida para el usuario. La investigación concluye que la estructura y expansión de la narrativa transmedia son elementos clave para la innovación del proyecto. Estos aspectos juegan un papel más significativo que otras estrategias como la gamificación o la realidad aumentada, ya que fomentan la interactividad del usuario con el proyecto informativo. La serie documental *BackUp* se posiciona como un ejemplo de cómo la integración de narrativas transmedia puede enriquecer la experiencia informativa en el panorama digital actual.

Palabras clave: transmedia, webdoc, innovación informativa, multimedia, interactividad.

Abstract

This paper focuses on the analysis of the documentary series BackUp, created by Lab RTVE, as an innovative multimedia news project. The main objective is to examine the narrative of the series and the resources used to create an engaging experience for its audience. The research examines both the seven episodes (n=7) that make up the webdoc and the project's website where the content is explored in depth. To do so, a content analysis methodology is used from a descriptive perspective with a quantitative and qualitative approach. The results show that BackUp integrates new formats and narratives based on a multimedia and hypertextual language to offer a complete information experience through a transmedia approach. This narrative strategy allows for a dynamic and participatory interaction with the content, resulting in a richer user experience. The research concludes that the structure and expansion of the transmedia narrative are key elements for project innovation. These aspects play a more significant role than other

Cómo citar: González-Fernández, S. (2025). Transmedia como estrategia de innovación informativa. El caso del webdoc BackUp (Lab-RTVE, España). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (68), 169-185. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2025.i68.09>



strategies such as gamification or augmented reality, as they encourage user interactivity with the information project. The documentary series BackUp is positioned as an example of how the integration of transmedia narratives can enrich the news experience in today's digital landscape.

Keywords: *transmedia, webdoc, information innovation, multimedia, interactivity.*

1. Introducción

La narrativa digital ha incrementado de forma exponencial las posibilidades de informar, pero también de divulgar contenidos a unos usuarios cada vez más alejados de los medios y soportes tradicionales y más próximos a la cultura de la inmediatez y al lenguaje audiovisual. Todo ello, ha provocado que estos últimos participen en la construcción de los espectadores como personas (Fernández-Castrillo & Lara, 2022), tanto así que, a partir de ellos se conforman y se divulgan imaginarios sociales.

Uno de los retos a los que se enfrenta el periodismo actual es el de conseguir ser eficaz a partir de la gestión adecuada del hipertexto, el lenguaje multimedia y la interactividad, las tres grandes dimensiones con las que dirigir la dinámica estratégica del ciberperiodismo (Salaverría, 2005; Salcedo et al. 2021). Por tal motivo, el uso de técnicas narrativas que en un principio estaban más asociadas a los géneros de ficción, como la voz, el punto de vista, la cronología de los hechos, los personajes o la trama (Van Krieken & Sanders, 2019) se han extrapolado a los géneros informativos para aprovechar sus bondades con la audiencia y conseguir, así, una mayor implicación entre el público y los contenidos.

Y es que el cambio en el estilo de vida, así como la incorporación de nuevos hábitos de consumo de contenido en múltiples pantallas ha intensificado la relación de los usuarios con la ficción y, por ello, esta ocupa un lugar más relevante en la realidad de los usuarios. De esta manera, su influencia sobre el comportamiento, las opiniones y los deseos del espectador es mayor en la audiencia en comparación con otros estímulos provenientes de la sociedad (González-Fernández, 2023). De ahí, que la frontera entre ficción y no ficción esté cada vez más diluida, sobre todo, en la comunicación y la narrativa digital.

La continua convergencia a la que siempre se ha visto abocada el ámbito informativo ha provocado que en la era del periodismo digital se hayan generado unas nuevas formas de creación de textos, las cuales están muy influenciadas por los nuevos comportamientos y tendencias de uso en las redes sociales (Toff, Palmer & Nielsen, 2024). Asistimos, así a un cambio en el paradigma de consumo de información que plantea desafíos significativos tanto para los medios de comunicación como para los usuarios; de ahí la importancia de adaptarse a estas dinámicas emergentes en la era digital.

En ellas priman publicaciones donde lo más relevante es la interacción que se genera a partir de ellas, algo para lo que hay que adoptar las características de Internet más que la de los propios principios del periodismo (Avegno & Herrera, 2022). En este sentido, juega un papel determinante la capacidad que tenga el relato en adoptar el patrón de consumo con el que esté familiarizada la audiencia (Herrero-Curiel & Planells de la Maza, 2020), principalmente los dispositivos y las aplicaciones móviles, algo que provoca una reorganización de los relatos para adecuarse al espacio-tiempo de estos soportes (Marsha & Schieser, 2014). Aunque también tiene un papel fundamental la distribución

y jerarquización que se hace de los contenidos para contribuir a la “economía de la lectura digital” (Scolari, 2004), es decir, a un predominio de la imagen frente al texto y a un lenguaje breve, directo y eficaz para conseguir los resultados que se quieren alcanzar.

En este contexto, el *docuweb* o *webdoc* es un nuevo género periodístico que ha surgido bajo el amparo digital de las posibilidades que brinda la hibridación de narrativas lineales y no lineales en Internet. En él se combina la esencia de los documentales y los reportajes tradicionales a partir del uso de “textos, imágenes, audios, animación, infografías y vídeos que ofrecen una forma distinta de acceder a la información” (Parra-Valcarce & Martínez-Arias, 2019, p. 2), con lo que se consigue que la información y el entretenimiento estén ligados a partir de la interactividad y el atractivo que presenta su diseño.

Dentro de la perspectiva de la interactividad, el transmedia en el ámbito informativo ocupa un lugar preponderante, ya que busca aprovechar las características de cada medio para maximizar el impacto y el alcance de la noticia, adaptando el contenido a las características de cada plataforma y a las preferencias del público. Esta estrategia, conocida como storytelling adaptativo, permite a los medios de comunicación generar experiencias informativas personalizadas que responden a los hábitos de consumo de los usuarios digitales actuales (Moloney, 2015).

Con todo ello y, si se tiene en cuenta cómo los medios digitales aprovechan sus recursos para desarrollar nuevas formas narrativas, resulta conveniente conocer a qué tipo de técnicas de expansión transmedia y de recursos narrativos recurren los contenidos informativos concebidos para ser consumidos en un contexto móvil y digital. Así, el objetivo general de este trabajo es el de analizar la estructura narrativa que presenta *BackUp* como proyecto periodístico que va mucho más allá de su serie documental. Este objetivo principal cuenta con los siguientes objetivos secundarios (OS):

- OS 1: Identificar las técnicas narrativas de hipertexto, multimedia e interactividad con las que cuenta esta serie documental.
- OS 2: Analizar los elementos narrativos transmedia a los que se recurre para expandir los contenidos de la serie documental desde su propia página web.
- OS 3: Interpretar la potencialidad que ofrece la expansión narrativa y la hibridación de géneros en la no ficción.

Con estos objetivos se pretende dar respuesta a estas preguntas de investigación: ¿a qué herramientas y formas narrativas recurre *BackUp* para informar a través de su serie documental?, ¿cuáles son sus principales rasgos definitorios?, ¿sus recursos de expansión narrativa contribuyen a la interacción y participación del usuario?

1.1. El *webdoc* como género narrativo interactivo y digital

El *webdoc*, también denominado como *docuweb*, documental web, documental transmedia, entre otros (Balaguer, 2020; Vázquez-Herrero et al., 2018;), ha emergido en la última década dentro del ecosistema de la narración digital. A diferencia de los documentales tradicionales, el *webdoc* se caracteriza por su capacidad de combinar múltiples tipos de medios (videos, gráficos, textos, audios, etc.) y ofrecer una experiencia interactiva al espectador, que se convierte en usuario al tener la posibilidad de navegar y explorar la narrativa según sus preferencias. Esto hace que el *webdoc* no solo

cuenta una historia, sino que también la convierta en un entorno de descubrimiento y participación, con estructuras narrativas no lineales y multiseccionales (Galloway, 2013).

Se trata de un género en el que la multimedialidad que proporciona la integración de todos los elementos en un mismo espacio favorece el acceso al mismo tiempo a los diferentes contenidos informativos y condiciona, así, la experiencia del usuario (Robledo et al., 2017). Sin embargo, en este tipo de formatos aún se puede apreciar cómo la integración de medios y recursos se prioriza frente a la interactividad entendida en términos absolutos, es decir, la interactividad participativa (Vázquez & López, 2015), que es esa capacidad de creación, producción o inmersión a partir del contenido que se consume. La interactividad se reduce, así, a una “interactividad dialógica”, centrada en la participación del usuario desde el conocimiento que adquiere al conocer el hecho que se aborda, así como en la capacidad de aportar comentarios textuales sobre el mismo (Martínez & Arias, 2016). En este sentido, las narrativas del *webdoc* adquieren formas estructurales diversas que condicionan la experiencia de navegación del usuario. Jódar-Marín y De-la-Torre-Espinosa (2023) identifican seis tipos de estructuras narrativas interactivas predominantes en este formato:

- Narración lineal, donde el usuario accede a los contenidos en un orden predeterminado, a menudo mediante desplazamiento vertical (*scrolling*).
- Narración concéntrica, en la que el núcleo temático central se ramifica en distintos subnodos de contenido.
- Estructura en espina de pescado, con un eje narrativo principal del que se desprenden ramas informativas sin perder el hilo conductor.
- Narrativa ramificada, donde las decisiones del usuario conducen a finales diferentes.
- Narrativas paralelas, que permiten explorar rutas distintas pero que convergen en un mismo nodo final.
- Narrativa hilada, en la que distintos puntos de partida, los correspondientes a varios personajes o perspectivas, permiten recorridos independientes o entrelazados.

A pesar de ello, la evolución que han sufrido los *webdocs* ha provocado que cada vez más se promueva el que los usuarios adopten un rol mucho más activo, más allá del mero consumo de contenido, al exigirles una respuesta física (elegir itinerario, hacer clic, etc.) en lugar de quedarse solo con una mera reacción cognitiva. Incluso, en algunas ocasiones, los usuarios pueden participar en la creación del proyecto y convertirse, así, en coautores (Kim, 2022; Nash, 2021;). De esta manera, ya no se sigue una secuencia establecida por el director, sino que se invita a explorar un entramado de rutas que construyen la historia de manera única para cada usuario (O’Flynn, 2015). En este sentido, se puede hablar de narrativas “rizomáticas”, donde la lógica de exploración se asemeja a un mapa que permite múltiples recorridos y puntos de acceso (Deleuze & Guattari, 1987).

1.2. El transmedia y la innovación informativa

El transmedia debe entenderse como una forma de producción cultural “donde el relato se expande a varios medios y plataformas y los usuarios participan en esa expansión” (Saavedra-Bautista et al. 2017, p. 8). Se refiere a una narración distribuida a través de múltiples plataformas y formatos, en las que cada medio contribuye de manera única a la construcción de un universo narrativo cohesivo (Jenkins, 2006). Según Scolari (2013), el transmedia se caracteriza por tres elementos principales: la expansión narrativa, la multiplicidad de medios y la participación del usuario. En lugar de replicar

el mismo contenido en diferentes canales, la narrativa transmedia diversifica la información, de manera que cada pieza narrativa (ya sea un video, un artículo, un podcast o un juego) ofrezca una perspectiva única, contribuyendo a la construcción de un universo informativo más amplio y complejo. Esta visión es coherente con las aportaciones de González-Fernández (2025), quien subraya que el documental interactivo, como expresión de las narrativas digitales contemporáneas, permite adaptar la experiencia de consumo a los hábitos de una audiencia activa, especialmente cuando se integra en plataformas sociales y móviles, como sucede en el caso de los webdocs del LabRTVE.

En el ámbito de la información, el transmedia ha emergido como una estrategia innovadora que permite a los medios expandir sus historias, atraer a nuevas audiencias y fomentar la participación activa de los usuarios. Y es que la integración de estrategias transmedia en el periodismo ha abierto nuevas oportunidades para la creación de relatos complejos y multicanal que rompen con la linealidad del periodismo tradicional. La práctica del periodismo transmedia busca ofrecer una narrativa fragmentada pero coherente a través de distintos medios, permitiendo a los usuarios elegir qué fragmentos consumir y en qué orden, dependiendo de sus intereses y de la plataforma de acceso (Pratten, 2015). Por tal razón, esta estructura narrativa es especialmente adecuada para tratar temas complejos que requieren un análisis profundo y multilateral.

A pesar de las oportunidades que ofrece, el uso del transmedia en el periodismo también presenta desafíos significativos. Uno de los principales retos es la complejidad de la coordinación y producción de contenido en múltiples plataformas, lo cual requiere una planificación estratégica y equipos multidisciplinarios que puedan adaptarse a las demandas de cada medio (Scolari, 2019). Otro desafío importante radica en el diseño de experiencias coherentes y fluidas para el usuario. A diferencia de las narrativas lineales, el transmedia exige un enfoque narrativo descentralizado que permita a los usuarios acceder a la historia en cualquier punto y aún así obtener una experiencia informativa completa (Ryan, 2017). La falta de linealidad puede hacer que algunos usuarios se sientan perdidos o desorientados, especialmente si el contenido no está bien contextualizado para cada plataforma.

No obstante, el transmedia también presenta oportunidades significativas para el futuro del periodismo y la comunicación. La capacidad de segmentar la narrativa permite a los medios crear diferentes niveles de profundidad informativa, desde formatos más ligeros y accesibles para audiencias generales hasta análisis detallados para usuarios especializados (Dowling, 2019). Asimismo, el enfoque colaborativo y participativo del transmedia facilita la creación de comunidades activas en torno a temas específicos, fortaleciendo el papel del periodismo como espacio de diálogo público y de construcción de conocimiento colectivo.

3. Metodología

La muestra de este trabajo está formada por BackUp, un webdoc creado y emitido por el Lab-RTVE en 2020. En España, el Laboratorio de Innovación Audiovisual de Radio Televisión Española (Lab-RTVE) es un espacio pionero en la creación de formatos creativos en los que la información y la investigación son el motor principal que los caracteriza independientemente de su temática. Desde que nació en 2011, son diversos los premios nacionales e internacionales que han recibido algunos de sus proyectos, entre los que se encuentra BackUp, la primera serie documental de investigación española pensada íntegramente para ser consumida en formato vertical en Instagram TV. Desde

su estreno ha recibido muy buenas críticas y en 2021 fue galardonada con el Premio Periodismo de Investigación, premio otorgado por la Asociación de Periodistas de Investigación de España (API) al destacar por su eficacia narrativa y comunicativa. En ella, se abordan los principales delitos digitales a partir de los testimonios de víctimas pero también de profesionales que informan sobre la forma de proceder de los ciberdelincuentes y previenen de las estafas y delitos de la red. Este *webdoc* cuenta con una temporada de siete episodios, que hacen un total de 49 minutos y 3 segundos (véase tabla 1)

Tabla 1

Relación de episodios de BackUp (Lab-RTVE, 2020)

Episodios	Título	Duración
1x1	Datos: El petróleo del siglo XXI	00:06:24
1x2	Pederastia (Grooming): Depredadores en red	00:08:08
1x3	Latin Lover: Víctimas de relaciones trampa	00:07:21
1x4	Sexting/Bulling: La era de la extimidad	00:07:39
1x5	Ciberestafas: El chollo como anzuelo	00:07:15
1x6	Fraude: Jaque al CEO	00:06:16
1x7	Hackeo (Ransomware): Secuestro online	00:06:00

Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos proporcionados por Lab-RTVE.

Los episodios se analizan en su totalidad, por lo que no se excluye ningún tipo de contenido que se aborde en ellos al constituir un cuerpo de estudio compacto e integral. Aunque el objeto central de análisis son los episodios de la serie documental, también se analizan los elementos narrativos que se generan a partir de ellos y que se encuentran en la página web de *BackUp*.

Se plantea una investigación analítico-descriptiva para abordar un análisis de contenido cuantitativo pero fundamentalmente cualitativo. La elección de esta técnica metodológica es la más apropiada si se atiende a las características de esta investigación, puesto que, en primer lugar, el análisis de contenido es muy utilizado en el ámbito de la comunicación al centrarse en “reducir grandes cantidades de texto (escrito, audio o audiovisual) a una cantidad de variables más limitadas con el fin de establecer relaciones entre ellas y desprender significados” (Peña, 2012, p. 48) y, en segundo lugar, el estudio descriptivo se caracteriza por apelar “a una observación próxima y detallada del sujeto en su propio contexto para lograr aproximarse lo más posible a la significación de los fenómenos” (Díaz, 2018, p. 124).

Se hace uso de una ficha de análisis, que ha sido depurada a partir del visionado de los episodios de *BackUp* y de la aproximación a los contenidos narrativos que los complementan en la web del proyecto. El análisis se articula en dos grandes bloques (véase tabla 2):

Tabla 2

Ficha de análisis

Bloques de contenido	Variables	Indicadores de respuesta
Elementos narrativos de la serie documental	Lenguaje multimedia	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo • Texto • Audio • Música • Infografía • 3D • Animación • Otros
	Estructura narrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Lineal • No lineal • Circular • Interactiva
	Estructura del relato	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconclusiva • Seriada o continua
	Presentación del mensaje	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativo • No narrativo
Expansión narrativa de los episodios	Lenguaje multimedia	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo • Texto • Imagen • Audio • Música • Infografía • 3D • Animación • Otros
	Recursos interactivos	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Formularios de contacto • Llamadas de acción • Infografías interactivas • Otros

Fuente. Elaboración propia.

En relación con la ficha de análisis, las variables del primer bloque correspondiente a “estructura de la narrativa”, “estructura del relato” y “presentación del mensaje” son las únicas que cuentan con categorías excluyentes entre sí, por lo que solo se permite seleccionar una de todas las opciones que se presentan. Al ser estas variables las que se enmarcan en un perfil más cualitativo de análisis, resulta preciso señalar los criterios a los que responden sus indicadores de respuesta:

- Estructura narrativa: se considera estructura lineal cuando el relato cuenta con estos tres elementos: contenido (historia), forma (estructura) y acto de enunciado (contar) y los hechos se presentan de forma cronológica (Montoya, 2019). La estructura no lineal o disruptiva es aquella en la que los acontecimientos se presentan alejados de un orden cronológico al recurrir a saltos temporales o en la que aparecen tramas paralelas dentro de la historia principal (Gil, 2002). La estructura circular se da cuando la historia empieza y termina con la misma acción, mientras que la estructura interactiva es la que le brinda al usuario la oportunidad de participar en la historia a partir de un contenido abierto y con una forma variable (Orihuela, 1997).

- Estructura del relato: puede ser autoconclusiva cuando las tramas son cerradas y finalizan cuando lo hace el episodio o puede ser seriada o continua cuando en ella se plantea un hilo argumental que se renueva con potencial infinito (Garin, 2017), es decir, la trama se prolonga y prosigue en episodios posteriores.
- Presentación del mensaje: puede ser narrativo, cuando el mensaje se presenta en primera persona y a través del relato de un conjunto de historias, o no narrativo, cuando el mensaje se transmite de forma impersonal y no se relata a través de ningún evento o personaje específico (Ye et al., 2021).

A partir del registro de datos, se realiza una cuantificación, inferencia e interpretación cualitativa de los mismos para obtener los resultados de este trabajo.

No obstante, a pesar de la solidez del diseño metodológico propuesto, conviene señalar algunas limitaciones metodológicas que deben ser tenidas en cuenta al interpretar los resultados de la investigación. En primer lugar, la selección del caso *BackUp*, aunque justificada por su carácter pionero e innovador dentro del contexto de los *webdocs* informativos en España, puede restringir la generalización de los hallazgos. Y es que al tratarse de un único estudio de caso, los resultados están necesariamente vinculados a sus especificidades narrativas, estructurales y contextuales, lo que limita su extrapolación a otros productos transmedia. Asimismo, aunque la ficha de análisis elaborada permite una observación sistemática y detallada de los elementos narrativos y de expansión, no contempla la perspectiva directa de la audiencia. Esto implica que no se valoran las percepciones, niveles de comprensión o patrones reales de navegación e interacción de los usuarios. Por ello, futuras investigaciones podrían complementarse con técnicas como entrevistas, análisis de métricas o estudios etnográficos digitales, que permitan contrastar el diseño narrativo con su recepción efectiva.

4. Resultados

En primer lugar, se presentan los resultados del análisis realizado a los episodios de la serie documental y, en segundo lugar, se continúa con los resultados de los elementos de expansión narrativa y transmedia generados a partir de cada uno de ellos en la página web de *BackUp*.

a. Elementos narrativos de la serie documental:

- Lenguaje multimedia

El lenguaje multimedia al que se recurre en los episodios es, primordialmente, audiovisual. El proyecto se presenta como un documental que rompe con el formato tradicional porque, por un lado, en lugar de hacerlo como un único elemento audiovisual lo hace fragmentado en siete episodios de entre seis y ocho minutos dando lugar a una serie documental más dinámica y atractiva para su consumo y, por otro, porque en lugar de presentar el contenido de la serie en formato horizontal, que es el más generalizado para las grabaciones de vídeo, lo hace en formato vertical. Y es que hay que tener en cuenta que este proyecto se ideó para ser consumido en smartphones, tanto así, que su estreno se hizo en Instagram TV (IGTV) para llegar a un público joven y adaptarse, así, a las funcionalidades de las redes.

El vídeo como lenguaje multimedia audiovisual principal es complementado con el lenguaje textual, cuya presencia informativa en los episodios se reserva para aportar datos e información que contribuya a contextualizar la temática que abordan o para ofrecer citas textuales y declaraciones sobreimpresionadas de los testimonios que se recogen en los episodios de la serie documental. Junto a ello, también cabe destacar la presencia del audio como recurso que se utiliza, principalmente, para ampliar y contextualizar información a partir de fuentes directas o indirectas implicadas en el tema que se trata. La presencia de este recurso multimedia se materializa a través de llamadas telefónicas o mensajes de audio enviados a través del chat de aplicaciones de mensajería. Por otra parte, la música está presente en todos los episodios de la serie documental de forma extradiegética, con el fin de imprimir ritmo y enfatizar las escenas o acciones que se relatan en la historia.

Este predominio del audiovisual, combinado con la funcionalidad del texto como soporte contextual, responde a lo señalado por Robledo et al. (2017), quienes destacan que la multimedialidad condiciona directamente la experiencia del usuario y favorece una recepción simultánea de contenidos informativos.

- Estructura narrativa

En lo que respecta a la estructura narrativa de los episodios, todos ellos se caracterizan por seguir una estructura lineal, ya no tanto por la presentación cronológica de los hechos sino por un desarrollo sucesivo de los acontecimientos que conducen hacia una recomendación o conclusión concreta. Los episodios siguen una estructura narrativa lineal formada por las siguientes etapas:

- a. Adelanto del tema (cibercrimen) que se va a abordar en el episodio.
- b. Presentación del tema (cibercrimen) por parte de la periodista.
- c. Víctima/s contando su experiencia y caso real.
- d. Experto del cibercrimen explicando la repercusión/efectos de lo ocurrido.
- e. Despedida de la periodista a modo de consejo y recomendación.

En esta estructura narrativa hay cabida para entrevistas en las que las víctimas de los hechos narran episodios retrospectivos, pero no es un hecho dominante y siempre que se hace se aborda desde una perspectiva actual. A medida que avanza el episodio se profundiza en la acción creciente de la historia hasta llegar al clímax, donde se ofrecen respuestas al usuario en forma de consejos, recomendaciones y sugerencias y, con ello, la acción comienza a descender hasta llegar a la conclusión del episodio.

De esta manera, la estructura lineal identificada en todos los episodios, con una secuencia definida que culmina en consejos y recomendaciones, se alinea con lo expuesto por Montoya (2019), quien vincula la estructura lineal con una organización cronológica y didáctica que facilita la comprensión de mensajes complejos.

- Estructura del relato

La estructura que presenta el relato que se aborda en cada uno de los episodios es autoconclusiva. A pesar de que el hilo conductor sobre el que versa la serie documental es el de los delitos digitales, cada uno de los episodios se centra en un relato en particular (datos, pederastia, latin lover, sexting/bullying, ciberestafas, fraude y hackeo) que se inicia y se finaliza sin posibilidad de prolongación.

- Presentación del mensaje

La presentación que se hace del mensaje y de la temática del contenido sobre la que gira cada uno de los episodios es narrativa, debido a que en todos ellos el relato se presenta en primera persona a través del conjunto de historias que narran tanto los afectados y las víctimas de los ciberdelitos como los expertos en esta materia. De esta forma, los testimonios personales que, en ocasiones se hacen desde el anonimato para preservar la identidad de la víctima, transmiten una mayor cercanía al espectador y, con ello, se potencia el aspecto didáctico de esta serie documental con el fin de que se aprendan pautas de comportamiento en el mundo digital con las que prevenir o minimizar los riesgos ante su uso y exposición.

b. Expansión narrativa y transmedia de los episodios:

- Lenguaje multimedia

El lenguaje multimedia al que se recurre en la página web de *BackUp* para expandir la narrativa de los episodios es muy similar en todos ellos, por lo que hay cierta uniformidad en cuanto a los recursos y soportes que se utilicen para ampliar el relato. Así, se observa que se estructuran a partir de claves que se le brindan al espectador con el fin de que profundice y contextualice más en el relato que se aborda en cada episodio. El primero de ellos es el que cuenta con más claves, un total de ocho, y el sexto el que cuenta con menos, ya que solo presenta tres. En la tabla 3 que se presenta a continuación se recoge el tipo de lenguaje multimedia al que se recurre para expandir el relato en cada episodio:

Tabla 3

Lenguaje multimedia utilizado en la web a partir de cada episodio

Claves	Episodio 1	Episodio 2	Episodio 3	Episodio 4	Episodio 5	Episodio 6	Episodio 7
Clave 1	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto	• Texto	• Texto • Imagen	• Vídeo • Texto
Clave 2	• Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo	• Vídeo • Texto	• Texto • Imagen
Clave 3	• Audio • Texto	• Texto	• Audio • Texto	• Vídeo • Texto	• Audio • Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto
Clave 4	• Texto • Imagen	• Audio • Texto	• Texto • Audio	• Vídeo	• Texto		• Texto

Claves	Episodio 1	Episodio 2	Episodio 3	Episodio 4	Episodio 5	Episodio 6	Episodio 7
Clave 5	• Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto	• Vídeo • Texto	• Texto		• Vídeo • Texto
Clave 6	• Texto	• Vídeo			• Texto		
Clave 7	• Texto				• Vídeo • Texto		
Clave 8	• Vídeo • Texto						

Fuente. Elaboración propia.

El texto es el recurso que más se utiliza al estar presente en más del 92 % de todas las claves con las se expande la narrativa del relato de los episodios. A pesar de ello, en la mayoría de las ocasiones el texto es un apoyo secundario que se utiliza como elemento introductorio para presentar otro elemento principal, especialmente, vídeo o audio. De esta forma, el porcentaje de representación del texto desciende al 28 % cuando su protagonismo es absoluto y es el actor principal al que se recurre para expandir el relato. Es así como el vídeo se alza como el recurso multimedia más utilizado, ya que se recurre a él en más del 53 % de las claves. Su duración oscila entre uno y quince minutos aproximadamente y en ellos se alberga información relacionada con el mensaje abordado en cada uno de los episodios, ya sea a través de reportajes, entrevistas, etc. ofrecidos en otros programas de RTVE o bien a través de vídeos elaborados con expertos a propósito de este proyecto.

Por otra parte, el uso del audio como lenguaje multimedia no tiene mucho peso en el cómputo total, ya que solo se recurre a él en el 13 % de las claves para mostrar información previamente retransmitida en programas radiofónicos de RTVE, concretamente de la cadena Radio 5, con la que se cuenta con los consejos de expertos en ciberdelitos y se amplía la información sobre esta materia. Por último, la imagen como lenguaje audiovisual cuenta con una presencia residual (7,5 % de representación) y su finalidad es más ornamental que informativa, ya que se utiliza para ilustrar a la información textual pero carece de valor narrativo y divulgativo.

• Recursos interactivos

Los recursos interactivos a los que se recurre en la página web para expandir la narrativa de los episodios no se caracterizan por su diversidad, pero tampoco por su abundancia o regularidad, ya que hay episodios en los que se hace un mayor uso de ellos y otros en los que apenas tienen presencia. A continuación se presenta la relación de recursos interactivos utilizados en cada uno de los episodios (véase tabla 4):

Tabla 4

Recursos interactivos utilizados en la web a partir de cada episodio

	Episodio 1	Episodio 2	Episodio 3	Episodio 4	Episodio 5	Episodio 6	Episodio 7
Portada	<ul style="list-style-type: none"> • Llamada de acción • Llamada de acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamada de acción • Llamada de acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamada de acción • Llamada de acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamada de acción • Llamada de acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamada de acción • Llamada de acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamada de acción • Llamada de acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamada de acción • Llamada de acción
Clave 1		<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 			<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 		<ul style="list-style-type: none"> • Enlace
Clave 2				<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 			<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace
Clave 3	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 			<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace
Clave 4		<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace • Enlace 		<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace • Enlace 		<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace
Clave 5		<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace • Enlace 	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace 	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace 		<ul style="list-style-type: none"> • Enlace
Clave 6	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace • Enlace • Enlace • Enlace 				<ul style="list-style-type: none"> • Enlace • Enlace • Enlace 		
Clave 7	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 						
Clave 8	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace 						

Fuente. Elaboración propia.

El enlace es el único recurso interactivo que se utiliza en cada una de las claves en las que se articula la expansión de la narrativa de los episodios. A pesar de que no hay regularidad en cuanto a su uso, pues en algunos episodios solo se utiliza una vez y en otros hasta diez, todos se caracterizan porque una vez que se hace *click* en ellos se expulsa al usuario de la página de *BackUp* y se abre el contenido en una ventana nueva. Un contenido que dirige al usuario a guías o documentos, a páginas de instituciones oficiales o de organizaciones no gubernamentales, pero también al portal de RTVE donde se dirige al usuario a contenidos emitidos en la televisión o en la radio pública sobre la materia en la que se quiere profundizar.

Por otra parte, en la portada de todas las páginas que albergan las claves de cada episodio se recurre a dos recursos interactivos: en primer lugar, a una llamada de acción a través del botón “empezar a leer”, con el que se anima al usuario a sumergirse en la ampliación narrativa del relato expuesto en el episodio y, en segundo lugar, a la opción de compartir esta información a través de redes sociales para contribuir a su visualización y fomentar su divulgación.

5. Discusión y conclusiones

Tras el análisis realizado, este trabajo pone de manifiesto que en *BackUp* la multinarrativa constituye en sí misma un elemento de innovación informativa digital, sobre todo, en un momento en el que experiencias centradas en la inmersión, la realidad aumentada o el vídeo 360 grados están perdiendo la atención que tuvieron hace unos años por parte de los medios españoles y que ya no se ajustan a los formatos que los lectores quieren para acceder a la información (López et al., Méndez y Olivares-García, 2022). Así, la multinarrativa y la transmedialidad emergen como alternativas viables y sostenibles para captar y mantener el interés del usuario.

En este sentido, se pone de relieve que más que priorizar la inmersión a nivel técnico, es más relevante hacerlo a nivel de la estructura y del contenido. Como señala Hernández (2017), el diseño de contenidos transmedia debe tener como referencia la creación de narrativas inacabadas que cuente con la participación de una comunidad de usuarios que construyan y generen nuevos contenidos por etapas, ya que, con ello, se promueve la interacción y la complicidad de la audiencia. Se pone en marcha, así, una estrategia de contenido que asume la “escalabilidad de los procesos” (Hernández, 2017, p. 26). Igualmente, la función de la tecnología como elemento integrador del lenguaje narrativo retoma lo indicado por Barreda (2018) y Colussi y Reis (2020), al subrayar la convergencia sensorial y expresiva como clave para generar proximidad con el usuario. No obstante, la organización fragmentada pero coherente de *BackUp*, articulada por medio de recursos hipertextuales y elementos multimedia, es coherente con lo defendido por Scolari (2013) y Jenkins (2006), quienes proponen que la narrativa transmedia se basa en la expansión de la historia a través de múltiples plataformas con aportes únicos por cada medio.

La potencialidad informativa que brinda la articulación y estructura del universo narrativo en *BackUp* contribuye a amplificar su impacto en el usuario, así como su proximidad y cercanía con el contenido, aunque el papel que desempeña la tecnología para ello es fundamental: consigue la integración del ámbito lingüístico, visual, espacial y/o sensorial con el que unificar el relato y generar proximidad y atractivo al usuario (Barreda, 2018; Colussi & Reis, 2020; Jauregui & Ortega, 2020). De esta forma, con esta investigación se manifiesta que la tecnología y la narrativa actúan como ejes de información y servicio público sin necesidad de enfatizar en la inmersión, gamificación o realidad aumentada para generar interactividad e interés para el público.

Por otra parte, si se tienen en cuenta los resultados obtenidos en este trabajo el proyecto informativo de *BackUp* se presenta como la manifestación de un nuevo paradigma en el periodismo digital: la convergencia entre narrativas lineales y no lineales en un entorno web. Al organizar su contenido a través de episodios fragmentados, pero interconectados mediante el uso de hipertexto y elementos multimedia, se logra una dualidad que permite al usuario decidir su propio recorrido informativo a partir de una estrategia transmedia. Esta característica responde a la tendencia de proporcionar experiencias personalizadas y adaptadas a las preferencias de cada usuario, quienes valoran la autonomía en la construcción de su propio acceso de la información. Este tipo de enfoque coincide con lo señalado por González-Fernández (2025), al analizar cómo el diseño narrativo de proyectos como *El lado oscuro de los filtros* reproduce patrones de consumo juvenil en redes sociales como Instagram, apostando por una fragmentación visual coherente con la lógica de navegación digital actual.

Se aprecia cómo la propia narrativa da lugar a otro de los rasgos definitorios de *BackUp* y que, a su vez, proporciona un elemento de innovación informativa digital: la hibridación tanto de géneros, como de lenguaje y de estructuras narrativas, pues, a partir de ella, se consigue potenciar lo mejor de la narrativa tradicional, que está más presente en los episodios de la serie documental a través de su estructura lineal y autoconclusiva o de la presentación del mensaje de forma narrativa; aunque también lo mejor de la narrativa transmedia más innovadora, que se puede apreciar en la propia expansión del relato para ampliar la historia, en la combinación de diferentes elementos del lenguaje audiovisual o incluso en aspectos como el atractivo de su diseño o la presentación del contenido en formato vertical, adaptándose así, a los patrones de visualización de la gente joven que consume contenido audiovisual principalmente a través de aplicaciones móviles y de dispositivos como los smartphones.

De este modo, *BackUp* se configura como un modelo de innovación que no solo redefine los parámetros de la narrativa digital, sino que también establece nuevas pautas para la creación de contenidos informativos transmedia en el entorno actual, donde la fragmentación de la atención y la multiplicidad de canales obligan a repensar la manera de contar historias. Este trabajo contribuye, así, a poner de manifiesto que la innovación narrativa puede actuar como catalizador transmedia y de interactividad, incluso en ausencia de recursos inmersivos, ya que se otorga prioridad a la expansión narrativa y la estructuración del contenido como factores clave para la retención y satisfacción del usuario.

Además de ello, los hallazgos del análisis de *BackUp* ofrecen implicaciones prácticas relevantes para profesionales de los medios que desarrollan contenidos informativos en entornos digitales y móviles. El uso de una narrativa fragmentada, la adaptación al formato vertical para redes sociales como Instagram TV y la integración de recursos multimedia con elementos de hipertexto representan estrategias efectivas para captar la atención de audiencias jóvenes y móviles. La estructuración de los episodios en torno a testimonios personales y expertos, junto con la expansión del contenido a través de plataformas complementarias, puede servir de guía para diseñar proyectos transmedia que equilibren profundidad informativa, accesibilidad y participación del usuario. Así, este caso evidencia cómo la narrativa transmedia puede ser empleada no solo como una técnica de innovación formal, sino también como una herramienta de servicio público que facilita el aprendizaje digital y la prevención de riesgos en línea.

Finalmente, este trabajo abre la puerta a nuevas líneas de investigación en torno a la producción y recepción de contenidos informativos transmedia. Sería pertinente desarrollar estudios comparativos entre diferentes *webdocs* para identificar patrones narrativos comunes o divergentes en función del contexto cultural o institucional. Asimismo, se plantea la necesidad de investigaciones centradas en la experiencia del usuario, a través de metodologías cualitativas o análisis de datos de uso, que permitan evaluar el impacto real de estas narrativas en la comprensión, retención y *engagement* del público. El análisis de la interacción efectiva y de la cocreación por parte de los usuarios podría aportar una visión más completa sobre las posibilidades participativas del periodismo transmedia.

6. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En esta investigación se ha hecho uso de la Inteligencia Artificial para realizar la revisión del borrador final una vez incorporadas las modificaciones sugeridas por los revisores del artículo. NotebookLM (2025). NotebookLM Google. <https://notebooklm.google/>

Semblanza de la autora

Sara González-Fernández es Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla, Licenciada en Periodismo y Máster en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual. Acreditada como Profesora Ayudante Doctora, Contratada Doctora y Profesora de Universidad Privada (ANECA). Profesora en la Facultad de Economía y Empresa de la UNIR es, por un lado, miembro del Grupo de Investigación “Comunicación Estratégica y de Marca en los Entornos Digitales” (CEMED) de la UNIR UNIR y, por otro, del de “Comunicación Estratégica e Influencia en la Sociedad Digital (COMINDI) de la Universidad de Cádiz. Su investigación se centra en la narrativa audiovisual, la comunicación digital y la representación de la violencia mediática.

Referencias bibliográficas

- Avegno, R. J., & Herrera, A. E. (2022). Nuevas narrativas híbridas como género periodístico en plataformas digitales. En J. De Sola, A. Segura, Y. Cabrera y C. González, *Reinventar contenidos en prensa y radio* (pp. 31-54). Editorial Fragua.
- Balaguer, J. (2020). Participatory designs in the collaborative i-doc: A model of analysis and an evaluation. *Revista de Comunicación*, 19(2), 47- 60. <https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A3>
- Barreda, M. (2018). Periodismo inmersivo en España: Análisis de la primera generación de contenidos periodísticos en realidad virtual. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(2), 1105-1120. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62204>
- Colussi, J., & Reis, T. A. (2020). Periodismo inmersivo. Análisis de la narrativa en aplicaciones de realidad virtual. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 19-32. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1447>
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1987). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. University of Minnesota Press.
- Díaz Herrera, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista general de información y documentación*, 28(1), 119-142. <http://dx.doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Dowling, D. (2019). *Immersive Longform Storytelling: Media, Technology, Audience*. Routledge.
- Fernández-Castrillo, C., & Lara, C. (2022). Integración de la violencia simbólica en la teoría fílmica feminista: visibilizando lo invisible. *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 198(805), 1-12. <https://doi.org/10.3989/arbor.2022.805014>
- Galloway, A. (2013). *The Interface Effect*. Polity Press.
- Garin, M. (2017). Heridas Infinitas: estructura narrativa y dinámicas seriales en la ficción televisiva. *L'atalante. Revista de estudios cinematográficos*, (24), 27-41. <https://doi.org/10.63700/414>

- Gil, C. (2022). *Estructuras no lineales en la narrativa (Literatura, Cine y Medios electrónicos)*. Tesis de maestría (Maestría en Literatura) – Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. <https://nomadasyrebeldes.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/03/nolineal.pdf>
- González-Fernández, S. (2023). La percepción de la violencia audiovisual entre universitarios: estudio de caso en estudiantes de periodismo (Universidad de Málaga), *Zer*, 28(54), 161-183. <https://doi.org/10.1387/zer.23648>
- González-Fernández, S. (2025). El documental interactivo del Lab RTVE: tendencias narrativas para una audiencia activa y digital. *Palabra Clave*, 28(s2), 1-28. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.s2.2>
- Hernández, J. (2017). Diseñando una recepción participativa para universos transmedia: roles y desafíos. *Tropelías: Revista De Teoría De La Literatura Y Literatura Comparada*, (28), 21-41. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.2017282055
- Herrero-Curiel, E., & Planells de la Maza, A. J. (2020). Nuevas narrativas periodísticas entre la información y la simulación lúdica: los docuwebs y los newsgames. *Palabra Clave*, 23(2), 1-26. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.2.5>
- Jauregui Caballero, A. & Ortega Ponce, C. (2020). Narrativas transmediáticas en la apropiación social del conocimiento. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 357-372. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1462>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jódar-Marín, J. Á., & De la Torre-Espinosa, M. (2023). Diseño, realización y postproducción de webdoc. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 127-141. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24503>
- López Hidalgo, A., Méndez Majuelos, I., & Olivares-García, F. (2022). El declive del periodismo inmersivo en España a partir de 2018. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 15-27. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1536>
- Kim, J. (2022). *Documentary's Expanded Fields: New Media and the Twenty-First-Century Documentary*. Oxford University Press.
- Marsha, B., & Schleser, M. (2014). *Mobile media making in an age of smartphones*. NY Palgrave Macmillan.
- Martínez, S., & Díaz, R. (2016). Docuweb: pautas y metodología para la creación de un nuevo género periodístico. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación*, 21(41), 71-91. <https://doi.org/10.1387/zer.17263>
- Moloney, K. (2015). *The Storytelling Edge: Bringing the Power of Narrative to Your Brand*. McGraw Hill Professional.
- Montoya, J. (2019). De las narrativas lineales a las narrativas transmediáticas. *Quórum Académico*, 16(2), 50-60.
- Nash, K. (2021). *Interactive Documentary. Theory and Debate*. Routledge.
- O'Flynn, S. (2015). Documentary's metamorphic form: Webdoc, interactive, transmedia, participatory and beyond. *Studies in Documentary Film*, 9(1), 1-17.
- Orihuela, J. (1997). Narración interactiva: el futuro no líneas de los relatos en la era digital, *Palabra Clave*, (2), 37-46.
- Parra-Valcarce, D., & Martínez-Arias, S. M. (2019). Creación de docuwebs: gestión de nuevos géneros periodísticos online. *El profesional de la información*, 28(4), 1-12. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.20>
- Peña, M. (2012). La importancia del acuerdo entre codificadores para el análisis de contenido, *Comunicación y medios*, (25), 47-56. <https://doi.org/10.5354/rcm.voi25.24521>
- Pratten, R. (2015). *Getting Started with Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. Create Space Independent Publishing.

- Robledo Dioses, K., Atarama Rojas, T., & Palomino Moreno, H. (2017). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: Una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 223-240. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55593>
- Ryan, M. L. (2017). *Narrative as Virtual Reality 2: Revisiting Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Johns Hopkins University Press.
- RTVE.es. (9 octubre 2024). Backup. Una serie de investigación sobre delitos digitales. <https://lab.rtve.es/lab/backup/>
- Saavedra-Bautista, C. E., Cuervo-Gómez, W. O., & Mejía-Ortega, I. D. (2017). Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora. *Revista Científica*, 28(1), 6-16.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Ediciones Universidad de Navarra.
- Salcedo, D. M., Pazmiño, E. S., Del Rosario, E. A., & Salcedo, P. R. (2021). Multimedia e hipermedia aplicada en la educación. *RECIAMUC*, 5(2), 70-78. <https://doi.org/10.26820/reciamuc/5>
- Scolari, C. (2004). *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa.
- Scolari, C. A. (2013). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, (7), 586-606.
- Scolari, C. A. (2019). Transmedia narratives as a strategy for immersive journalism: A study on innovation in digital news. *Media and Communication*, 7(2), 43-52.
- Van, K., & Sanders, J. (2019). What is narrative journalism? A systematic review and an empirical agenda. *Journalism*, 22(6), 1393-1412. <https://doi.org/10.1177/1464884919862056>
- Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2018). Actores implicados en la consolidación del documental interactivo. *Hipertext.net - Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, (17), 32-42. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i17.04>
- Vázquez, J. & López, X. (2015). Reportaje interactivo: un género periodístico para el medio digital. En A. Silva, I. Puentes & J. Rúas (Eds.), *De los medios a los metamedios. Actas I Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación* (pp. 102-117). XESCOM. Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación.
- Ye, W., Li, Q., & Yu, S. (2021). Persuasive Effects of Message Framing and Narrative Format on Promoting COVID-19 Vaccination: A Study on Chinese College Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(18), 1-13. <https://doi.org/10.3390/ijerph18189485>