

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 49

# USOS DEL METAVERSO PARA LA COMUNICACIÓN

2º TRIMESTRE, ABRIL 2025 | SECCIÓN TEMÁTICA | PP. 4-30 RE

CIBIDO: 30/3/2025 — ACEPTADO: 26/4/2025

<https://doi.org/10.65598/rps.5796>

## ANÁLISIS DAFO DEL PERIODISMO INMERSIVO, UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA

SWOT ANALYSIS OF IMMERSIVE  
JOURNALISM, A SYSTEMATIC REVIEW

---

SUSANA HERRERA DAMAS / DHERRERA@HUM.UC3M.ES

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID, ESPAÑA



prisma  
social  
revista  
de ciencias  
sociales

## RESUMEN

Esta revisión sistemática examina la literatura académica sobre el periodismo inmersivo con vídeo en 360°, con el objetivo de identificar los enfoques metodológicos predominantes, evaluar sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y analizar los desafíos y estrategias más eficaces para su implementación. Se incluyeron estudios empíricos, en acceso abierto, revisados por pares, publicados entre 2017 y 2024 en inglés o español, centrados específicamente en el uso informativo del vídeo 360°. Las búsquedas se realizaron en Web of Science (*core collection*) y Scopus. La calidad metodológica se evaluó mediante la herramienta MMAT (2018), y los hallazgos se sintetizaron mediante análisis temático deductivo inductivo. Los diez estudios seleccionados tuvieron un diseño mayoritariamente cualitativo. Los resultados destacan el potencial del formato para fomentar la inmersión y la empatía del usuario, pero también identifican limitaciones técnicas, narrativas y organizativas. Las oportunidades se relacionan con la innovación expresiva y la transformación de los perfiles profesionales, mientras que las amenazas remiten a barreras tecnológicas y dilemas éticos. Algunas investigaciones proponen buenas prácticas si bien la evidencia disponible es aún limitada y heterogénea. El protocolo ha sido registrado en OSF, no ha recibido financiación y no se declaran conflictos de interés.

## PALABRAS CLAVE

*Periodismo inmersivo; vídeo en 360°; revisión sistemática; innovación periodística*

## ABSTRACT

This systematic review examines the academic literature on immersive journalism with 360° video, with the aim of identifying the predominant methodological approaches, evaluating their main strengths, weaknesses, opportunities and threats, and analyzing the challenges and most effective strategies for their implementation. We included open access, peer-reviewed empirical studies published between 2017 and 2024 in English or Spanish, specifically focusing on the informative use of 360° video. The searches were carried out in Web of Science (*core collection*) and Scopus. Methodological quality was evaluated using the MMAT tool (2018), and the findings were synthesized using deductive-inductive thematic analysis. The ten studies selected had a mostly qualitative design. The results highlight the potential of the format to foster user immersion and empathy, but also identify technical, narrative, and organizational limitations. The opportunities are related to expressive innovation and the transformation of professional profiles, while the threats refer to technological barriers and ethical dilemmas. Some research proposes good practices, although the available evidence is still limited and heterogeneous. The protocol has been registered in OSF, has not received funding, and no conflicts of interest are declared.

## KEYWORDS

*Immersive journalism; 360° video; systematic review; journalistic innovation*



## 1. INTRODUCCIÓN

El periodismo inmersivo con vídeo 360° constituye una innovación narrativa que se inscribe en el ámbito más amplio del periodismo digital contemporáneo. Se define como una modalidad de producción informativa que emplea imágenes reales capturadas en 360 grados, combinadas con tecnologías de inmersión como la realidad virtual, con el fin de generar en el espectador la ilusión de estar presente en el acontecimiento representado desde una perspectiva en primera persona (De la Peña et al., 2010; Benítez-de-Gracia y Herrera-Damas, 2018).

Desde el punto de vista conceptual, esta práctica no solo introduce una ruptura con el encuadre tradicional del periodismo audiovisual, sino que busca situar al espectador en el epicentro de los hechos, favoreciendo una mayor identificación emocional y cognitiva con los protagonistas y el contexto narrado (Benítez-de-Gracia y Herrera-Damas, 2019). Tal efecto se logra mediante estrategias como el uso de planos esféricos, la manipulación autónoma del ángulo de visión y la incorporación de audio espacial, todo ello orientado a intensificar la sensación de presencia (Domínguez, 2017).

La contribución fundacional de Nonny de la Peña y su equipo del Emblematic Group en la USC Annenberg School for Communication resulta crucial en este campo. De la Peña acuñó el término *immersive journalism* para describir "la producción de noticias en una forma que permite a las personas experimentar en primera persona los eventos o situaciones narradas" (De la Peña et al., 2010, p. 291). Su trabajo pionero en entornos generados por ordenador (CGI), con proyectos como "Gone Gitmo" (2007) y "Cap & Trade" (2010), y posteriormente en experiencias de alta inmersión como "Hunger in Los Angeles" (2012) o "Project Syria" (2014), sentó las bases metodológicas y éticas de esta modalidad emergente, integrando componentes de presencia, agencia narrativa e impacto emocional.

El periodismo inmersivo en vídeo 360° posee características distintivas. Primeramente, la representación esférica permite al usuario moverse libremente por el escenario, ampliando su comprensión del acontecimiento más allá de lo que permiten los formatos tradicionales (Benítez-de-Gracia y Herrera-Damas, 2018). La espacialidad se combina con la interactividad, de modo que el espectador puede controlar el enfoque, seleccionar puntos de interés o descubrir capas narrativas adicionales (Paíno-Ambrosio y Rodríguez-Fidalgo, 2019). Esta lógica narrativa, heredera de las prácticas inmersivas en la literatura, el cine y los videojuegos, propicia un fenómeno de "transporte narrativo" en el que la atención, las emociones y la imaginación del usuario convergen para reforzar su implicación (Gerrig, 1993; Green y Brock, 2000).

La evolución histórica del periodismo inmersivo con vídeo 360° está vinculada a una serie de avances tecnológicos y cambios en los hábitos de consumo de información. A partir de 2015, la generalización del acceso a cámaras de 360 grados, la reducción de costes de los visores estereoscópicos (Oculus, Google Cardboard) y el apoyo de plataformas como Facebook 360 y YouTube 360, facilitaron la expansión de este tipo de narrativas (Hardee y McMahan, 2017; Benítez-de-Gracia y Herrera-Damas, 2018). Los primeros experimentos en medios internacionales como The New York Times ("The Displaced", 2015) o The Guardian ("6x9", 2016) demostraron el potencial de esta tecnología para fortalecer la empatía y la comprensión de fenómenos sociales complejos.

En el contexto español, medios como RTVE, El País o El Mundo también adoptaron tempranamente el vídeo 360°, aunque con menor continuidad que sus homólogos anglosajones (Benítez-de-Gracia y Herrera-Damas, 2019). El análisis de estas producciones revela que, si bien existe un conocimiento progresivo de las técnicas inmersivas, el uso de estrategias narrativas avanzadas sigue siendo heterogéneo (Benítez-de-Gracia y Herrera-Damas, 2018).

No obstante, pese a su promesa transformadora, el periodismo inmersivo con vídeo 360° enfrenta desafíos relevantes. En el ámbito técnico, la producción de contenidos de alta calidad implica costes significativos y requiere competencias específicas en captura esférica, montaje audiovisual y diseño de experiencia de usuario. Además, la plena experiencia inmersiva depende en gran medida del acceso a dispositivos de realidad virtual, lo que plantea barreras de accesibilidad (Herrera-Damas & Benítez de Gracia, 2022; Castillo-Ramón *et al.*, 2023).

En términos éticos, la manipulación potencial del punto de vista, la escenificación de los hechos y las cuestiones de privacidad de las personas filmadas imponen exigencias reforzadas de transparencia y responsabilidad (Uskali *et al.*, 2021; Sánchez Laws, 2023). Es crucial informar a los espectadores sobre las decisiones editoriales tomadas en el diseño de la experiencia inmersiva, así como garantizar el respeto por los derechos de las personas representadas.

Finalmente, en lo relativo al contenido, el principal reto radica en adaptar las estructuras narrativas a las posibilidades del entorno esférico. Lejos de trasladar directamente los esquemas del periodismo tradicional, el formato 360° demanda nuevas estrategias que integren la participación activa del espectador, sin perder coherencia ni profundidad informativa (Domínguez, 2017; Greber *et al.*, 2024).

Con todo, el vídeo en 360° sigue ofreciendo un gran potencial narrativo, sobre todo en la cobertura de hechos en los que la espacialidad, el entorno o la vivencia directa de los acontecimientos pueden enriquecer la experiencia informativa. La posibilidad de “estar allí” y no sólo observar ha sido destacada como una vía para intensificar el impacto emocional de las informaciones y promover una comprensión más empática de fenómenos complejos (Hardee, 2016; Sánchez Laws, 2023).

El caso es que la reciente irrupción del metaverso y otras formas de realidad extendida reabre el debate sobre el futuro del periodismo inmersivo. Estas plataformas emergentes, que aspiran a convertirse en entornos sociales tridimensionales, ofrecen un nuevo marco de desarrollo para las narrativas inmersivas. En este escenario, el vídeo en 360° puede actuar como puente natural hacia modelos más complejos e interactivos, aunque su consolidación dependerá de que se superen las barreras actuales y de que se desarrollen marcos éticos, editoriales y técnicos robustos.

En este contexto de transición tecnológica, abundancia de literatura dispersa y falta de sistematización, resulta pertinente llevar a cabo una revisión de este tipo que permita ordenar críticamente el conocimiento acumulado, identificar patrones metodológicos, evaluar de forma comparada las fortalezas y debilidades del formato, y ofrecer claves que puedan resultar aplicables a su evolución futura. Ése es el objetivo general de este trabajo que, desde una perspectiva más concreta, persigue los siguientes 3 objetivos específicos:



OE1: Analizar de manera sistemática los enfoques metodológicos predominantes que se han empleado en la investigación académica sobre periodismo inmersivo con vídeo en 360°

OE2: Realizar una evaluación crítica de las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en la literatura científica indexada respecto al uso del vídeo en 360° en contextos periodísticos

OE3: Examinar los principales desafíos que, de acuerdo con la literatura, obstaculizan una implementación más efectiva del vídeo en 360° e identificar qué buenas prácticas y estrategias resultan más eficaces para optimizar su aprovechamiento

En línea con estos objetivos específicos, las preguntas de investigación a las que se tratará de dar respuesta son:

PI1: ¿Qué planteamientos metodológicos se han empleado en los estudios académicos que han abordado el periodismo inmersivo con vídeo en 360°?

PI2: ¿Qué técnicas e instrumentos de recolección de datos se han utilizado con más frecuencia?

PI3: ¿Con qué muestras se ha trabajado?

PI4: ¿Qué calidad metodológica presentan los estudios analizados?

PI5: ¿Qué dimensiones del periodismo inmersivo con vídeo en 360° han sido más -y menos- exploradas?

PI6: Según la evidencia empírica disponible ¿qué fortalezas se atribuyen al uso del vídeo en 360° en el contexto periodístico?

PI7: ¿Qué debilidades identifican los estudios revisados?

PI8: ¿Qué oportunidades de desarrollo plantea este tipo de periodismo?

PI9: ¿Qué factores amenazan una adopción efectiva del formato inmersivo en vídeo 360°?

PI10: ¿Qué desafíos identifica la literatura para que los medios periodísticos implementen el vídeo esférico?

PI11: ¿Qué recomendaciones se han propuesto para maximizar el potencial informativo y narrativo que ofrece el formato?

PI12: Según la evidencia empírica ¿qué estrategias han demostrado ser más eficaces para mejorar la experiencia del usuario o su comprensión del mensaje en los entornos inmersivos?

La relación entre objetivos específicos y preguntas de investigación se puede ver en la tabla 1 ubicada en los anexos.

## 2. DISEÑO Y MÉTODO

Una revisión sistemática es un método riguroso, transparente y reproducible que permite identificar, evaluar y sintetizar de forma estructurada la literatura científica disponible sobre una o varias preguntas de investigación que se han definido previamente, de un modo claro y explícito. A diferencia de las revisiones narrativas, su enfoque se basa en una estrategia planificada orientada a reducir el sesgo y a garantizar la trazabilidad del proceso. Esto permite mapear de un modo consistente las contribuciones empíricas existentes, identificando tendencias, vacíos temáticos, enfoques metodológicos recurrentes y oportunidades futuras de investigación e incrementar así la validez y la utilidad de los resultados obtenidos (Petticrew & Roberts, 2006; Gough, Oliver & Thomas, 2012).

Para asegurar el rigor metodológico y la transparencia del proceso, esta revisión sigue las directrices establecidas en la declaración PRISMA 2020 (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Page *et al.*, 2021), reconocida como uno de los estándares internacionales a la hora de elaborar y presentar revisiones sistemáticas. PRISMA proporciona una estructura clara para documentar cada etapa del proceso y resulta especialmente útil en contextos de las ciencias sociales y la comunicación, donde los diseños metodológicos pueden ser diversos. El protocolo completo que se ha utilizado para esta revisión se ha registrado en el Open Science Framework (OSF) el 30 de marzo de 2025 (<https://osf.io/ca57k>). En las siguientes páginas, se detallan las fases más importantes.

### 2.1. ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA DE LA LITERATURA

En primer lugar, para identificar los estudios, se realizaron búsquedas bibliográficas en las bases de datos Web of Science (*core collection*) y Scopus, utilizando ecuaciones diseñadas para recuperar trabajos centrados en el uso del vídeo en 360° en contextos periodísticos y refinando la búsqueda por tipo de publicación, acceso, categoría y años.

En Web of Science, se buscó en topic con la siguiente fórmula: (TS=("360 video journalism" OR "360-degreevideo" OR "journalism in 360°")) AND (OA==("OPENACCESS") AND OA==("OPEN ACCESS")) AND PY==("2017" OR "2018" OR "2019" OR "2020" OR "2023" OR "2021" OR "2022" OR "2024") AND DT==("ARTICLE") AND TASCA==("COMMUNICATION")).

En Scopus, la fórmula introducida fue: TITLE-ABS-KEY ( "immersive journalism" OR "360 video journalism" OR "360-degree video" OR "journalism in 360;" OR "journalism with 360 video" ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , "SOCI" ) ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE , "ar" ) ) AND ( LIMIT-TO ( EXACTKEYWORD , "360-degree Video" ) OR LIMIT-TO ( EXACTKEYWORD , "360-degree Videos" ) OR LIMIT-TO ( EXACTKEYWORD , "360 Video" ) OR LIMIT-TO ( EXACTKEYWORD , "360° Video" ) OR LIMIT-TO ( EXACTKEYWORD , "360° Video" ) ) AND ( LIMIT-TO ( PUBSTAGE , "final" ) ) AND ( LIMIT-TO ( LANGUAGE , "Spanish" ) OR LIMIT-TO ( LANGUAGE , "English" ) ) AND ( LIMIT-TO ( SRCTYPE , "j" ) ) AND ( LIMIT-TO ( OA , "all" ) ).

### 2.2. CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD

En un segundo momento, se definieron los criterios de inclusión y exclusión siguiendo el modelo PICOS (Moher *et al.*, 2009), con el fin de asegurar la pertinencia temática, la coherencia



metodológica y la relevancia empírica de los estudios seleccionados. Como se puede ver en la tabla 2, se incluyeron investigaciones publicadas entre 2017<sup>1</sup> y 2024 que, de forma explícita, abordasen el uso del vídeo en 360° en contextos periodísticos, ya fuera desde la perspectiva de la producción, el análisis narrativo o la experiencia del usuario. Por el contrario, se excluyeron aquellos trabajos centrados en formatos inmersivos distintos del vídeo 360° o en ámbitos ajenos al periodismo (como la educación o el turismo). Asimismo, se dejaron fuera artículos sin base empírica, sin revisión por pares, de acceso restringido o que no cumpliesen con los criterios lingüísticos y temporales establecidos.

**Tabla 1: Modelo PICOS**

Componente	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
P (Población / fenómeno de interés)	Estudios que aborden el uso del vídeo en 360° en contextos periodísticos (producción, análisis, experiencia o recepción)	Estudios que se centren en otros formatos de periodismo inmersivo como la realidad virtual, aumentada, XR, por ejemplo, que no empleen el vídeo 360°, o que se ubiquen fuera del contexto periodístico
I (Exposición / fenómeno de estudio)	Aplicaciones de vídeo en 360° con intencionalidad periodística	Aplicaciones de vídeo en 360° en educación, turismo, museografía, videojuegos u otras industrias no informativas
C (Comparación)	No aplica para esta revisión descriptiva/interpretativa	—
O (Resultados esperados)	Contribuciones empíricas sobre las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del periodismo inmersivo con vídeo en 360° así como sobre sus principales desafíos, buenas prácticas y estrategias más eficaces	Estudios que no aporten análisis sustantivo, artículos anecdóticos, notas breves que no presenten datos o base empírica sobre las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del periodismo inmersivo con vídeo en 360° o sobre los principales desafíos a los que se enfrenta, buenas prácticas y estrategias más eficaces
S (Diseño del estudio)	Artículos originales, ya publicados, entre 2017 y 2024, que incluyan evidencia empírica, que hayan sido revisados por pares, escritos en español o inglés, publicados en revistas en open access e indexadas en las bases de datos Web of Science o Scopus	Artículos de revisión, <i>preprints</i> , trabajos no definitivos, tesis de máster o doctorales, ponencias, informes técnicos, libros, capítulos de libro, artículos con acceso restringido o publicados en idiomas distintos del español o inglés o fuera del periodo temporal establecido

**Fuente:** elaboración propia a partir del modelo Picos (Moher *et al.*, 2009: 3)

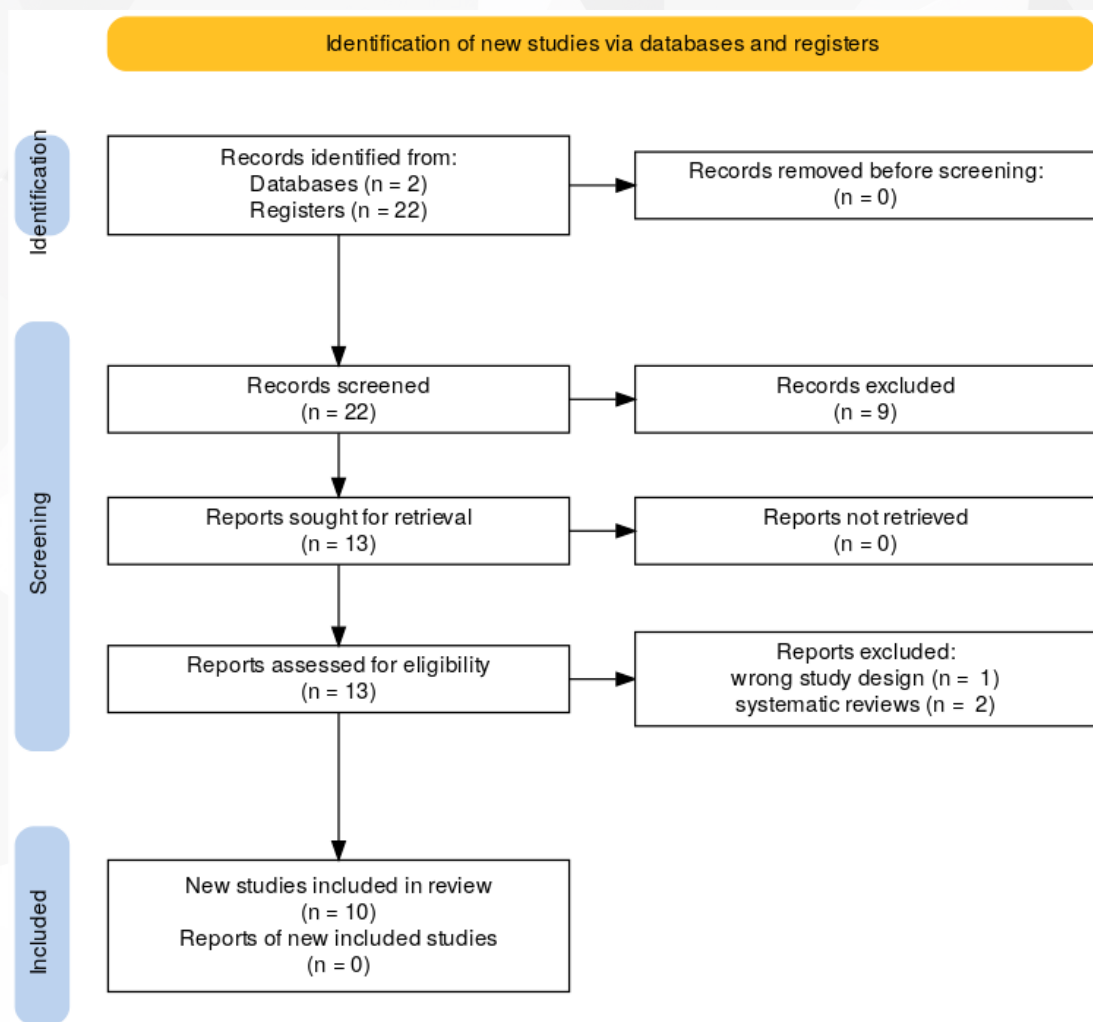
### 2.3. SELECCIÓN DE LOS ESTUDIOS

En un primer momento, se identificaron un total de 22 registros a través de búsquedas en 2 bases de datos, Wos y Scopus, en las que se encontraron 9 y 13 registros, respectivamente. Después, se exportaron los registros a Rayyan en formato RIS, para facilitar las tareas de filtrado, cribado y selección.

<sup>1</sup> Se decidió iniciar la revisión en 2017 porque ése fue el año en el que se comenzó a popularizar la producción de contenidos inmersivos con vídeo en 360° en el ámbito periodístico. Su impulso estuvo motivado por una suerte de “fiebre experimental” que llevó a numerosos medios a explorar este formato como una posible vía de innovación narrativa.

Los 22 documentos únicos fueron sometidos a una primera revisión inicial, sólo por título, resumen y palabras clave. Como resultado de este proceso, se dejaron fuera 9 registros por no cumplir con los criterios básicos de inclusión. A continuación, se procedió a recuperar el texto completo de los 13 registros restantes. Puesto que el acceso en open access había sido uno de los criterios de inclusión, esta fase no resultó especialmente complicada. A partir de los textos completos, se procedió a una lectura manual de estos 13 textos para determinar su elegibilidad conforme a los criterios previamente definidos. En este paso, se excluyeron 3 estudios: uno, por no abordar de modo explícito el periodismo inmersivo con vídeo en 360° y otros dos, por tratarse de revisiones sistemáticas sobre cuestiones más amplias relacionadas con la innovación periodística que, de un modo indirecto, abordaban este tipo de periodismo. Al final, la revisión quedó integrada por un total de los 10 estudios cuyo detalle queda reflejado en la tabla 3, en el anexo. El proceso de búsqueda y resultado queda resumido en la siguiente figura:

**Figura 1. PRISMA 2020 Diagrama de flujo correspondiente a esta revisión**



**Fuente: Prisma 2020**

La relación completa de los 10 textos escogidos para el análisis queda resumida en la siguiente tabla:



Tabla 2: Relación final de artículos analizados

	Autores	Título	Revista	Año de publicación	País o región en la que se lleva a cabo el estudio	DOI
1	Juan Ignacio Cantero de Julián, Luis Mauricio Calvo Rubio y Miguel Ángel Benedicto Solsona	La tenue apuesta por los vídeos en 360° en las estrategias <i>transmedia</i> de las televisiones autonómicas españolas	Revista Latina de Comunicación Social	2020	España: específicamente, las cadenas de televisión públicas regionales de 13 comunidades autónomas españolas	10.4185/RLCS-2020-1433
2	Xosé López-García, Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez y Xosé Pereira-Fariña	Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: Desafíos del periodismo actual	Revista Comunicar	2017	Europa y Estados Unidos, con referencias específica a España, Reino Unido y Estados Unidos	10.3916/C53-2017-08
3	Sara Pérez-Seijo	Auge y declive del vídeo 360 grados: evolución y características de la producción inmersiva en los medios de servicio público europeos (2015-2023)	Revista Mediterránea de Comunicación	2024	El estudio se centra en los países de la Unión Europea, concretamente en 24 emisoras de servicio público que son miembros de la Unión Europea de Radiodifusión (UER)	10.14198/MEDCOM.26910
4	Jorge Vázquez-Herrero, María-Cruz Negreira-Rey y Xosé López-García	La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino	Revista de Comunicación	2019	Argentina	10.26441/RC18.1-2019-A10
5	Juliana Colussi y Thays Assunção Reis	Periodismo inmersivo. Análisis de la narrativa en aplicaciones de realidad virtual	Revista Latina de Comunicación Social	2020	España, Brasil y Estados Unidos	10.4185/RLCS-2020-1447
6	Raul Gallego Abellán, Carla Teruel Piñol y Mel Slater	Periodismo documental inmersivo: exploración del impacto de la realidad virtual de 360° en comparación con una pantalla 2D en las respuestas de las personas hacia los jóvenes migrantes indocumentados en España	Frontiers in Communication	2024	España	10.3389/fcomm.2024.1474524
7	Mila Bujić, Mikko Salminen y Juho Hamari	Efectos de los medios inmersivos en la emoción y la memoria: un experimento que compara el artículo, el vídeo 360 y la realidad virtual	International Journal of Human - Computer Studies	2023	Finlandia	10.1016/j.ijhcs.2023.103118
8	Marcos Paulo da Silva	Entre el estilo y la condición social, el periodismo inmersivo y las paradojas de la legitimación en la cultura empresarial	Brazilian Journalism Research	2023	No se especifica	10.25200/BJR.v19n2.2023.1548
9	Beatriz Gutiérrez-Caneda, Sara Pérez-Seijo y Xosé López-García	Las secciones y apps de RV y vídeos 360° a examen. Estudio de caso de siete medios con impacto en Europa	Revista Latina de Comunicación Social	2020	El estudio se centra en el análisis de siete medios de comunicación europeos	10.4185/RLCS-2020-1420
10	Sara Pérez Seijo	Periodismo inmersivo con vídeo 360 grados: valor, narrativa y retos de futuro	Doxa Comunicación	2023	España y Portugal	10.31921/doxacom.n37a1841

Para evaluar la calidad metodológica de las contribuciones que han sido objeto de estudio, se utilizó el Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT), una herramienta de evaluación crítica desarrollada para valorar de manera sistemática y rigurosa el rigor de los estudios empíricos incluidos en revisiones sistemáticas, sobre todo aquellas que integran diferentes tipos de diseños de investigación. Concebido por el equipo de Pluye y colaboradores (Pluye *et al.*, 2009; Hong *et al.*, 2018) en la McGill University, el MMAT permite aplicar un marco común de evaluación a estudios cualitativos, mixtos y cuantitativos, ya sean aleatorizados, no aleatorizados y descriptivos. Su principal finalidad es facilitar la identificación de fortalezas y limitaciones metodológicas, reduciendo el riesgo de sesgo en las síntesis de evidencia y facilitando a la vez que los procesos de revisión resulten más transparentes.

La versión más actualizada, MMAT 2018 (Hong *et al.*, 2018), propone siete criterios de evaluación por tipo de diseño. Dos de ellos son generales, transversales y aplicables a todos los

estudios. Cinco son específicos en función del enfoque metodológico. En la actualidad, esta herramienta se ha consolidado como un referente en revisiones sistemáticas que abarcan distintas tradiciones epistemológicas, y su uso se ha ido extendido de manera progresiva más allá del ámbito de la salud -donde fue inicialmente desarrollada- hacia disciplinas como la educación, la psicología, la comunicación y otras áreas de las ciencias sociales (Hong *et al.*, 2018).

### 3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

De cada uno de los 10 artículos seleccionados, y mediante el empleo de una plantilla estructurada, se extrajo la información relativa a 19 variables agrupadas en los 4 siguientes bloques:

1. variables descriptivas como su título, autor/a/es, año y revista en la que se publica, país en el que se centra el estudio, doi, objetivos de la investigación y dimensión(es) del periodismo inmersivo que aborda
2. variables relativas a los aspectos metodológicos como el diseño, las técnicas de recogida de información o el tamaño y tipo de la muestra que se examina en cada caso
3. variables relativas al análisis crítico del periodismo inmersivo con vídeo en 360°, incluyendo sus principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades tal como quedan descritas en la literatura analizada
4. variables relativas a la prospectiva de este formato como los principales desafíos a los que se enfrenta, recomendaciones y buenas prácticas, y estrategias más eficaces para maximizar el potencial que ofrece

La codificación y el análisis temático deductivo inductivo (Fereday & Muir-Cochrane, 2006; Braun & Clarke, 2006) se llevó a cabo en dos etapas. En una primera, se generaron múltiples códigos de categoría mediante la enumeración de ideas y palabras clave emergentes. En la segunda etapa, se procedió a eliminar, combinar y subdividir las categorías identificadas inicialmente. Una vez procesada la información, los hallazgos se sintetizaron en los distintos resultados, que son los que ahora se presentan (Nyumba *et al.*, 2017: 22-24).

## 4. RESULTADOS

### 4.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIOS ANALIZADOS

Los diez trabajos incluidos se publicaron entre los años 2017 y 2024, con una distribución sostenida en el tiempo y un repunte en el último año. La mayoría de las investigaciones se desarrollaron en contextos europeos. Los artículos de Cantero de Julián *et al.* (2020) y Pérez Seijo (2024) analizan medios públicos y el desarrollo del vídeo en 360° en el entorno de la Unión Europea; Bujić *et al.* (2023) estudian el formato en Finlandia; Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) se enfocan en 7 medios públicos europeos; Gallego Abellán *et al.* (2024) examinan su recepción en España, y Pérez Seijo (2023) analiza la acogida de este formato por medios de España y Portugal. Dos trabajos adoptan una perspectiva latinoamericana: Vázquez-Herrero *et al.* (2019) estudian medios digitales argentinos y Da Silva (2023), medios de Brasil. Los estudios de López García *et al.* (2017) y Colussi y Assunção Reis (2020) se caracterizan por un enfoque



transnacional, ya que combinan Europa y Estados Unidos (en el caso del de López García *et al.*, 2017), y España, Brasil y Estados Unidos, en el de Colussi y Assunção Reis (2020).

En cuanto a los objetivos de investigación, varios artículos se centran en analizar la producción institucional o el uso del vídeo en 360° por parte de los medios (Cantero de Julián *et al.*, 2020 y Gutiérrez-Caneda *et al.*, 2020), mientras que otros exploran las transformaciones profesionales y las nuevas competencias tecnológicas necesarias para su desarrollo (López García *et al.*, 2017; y Da Silva 2023). También destacan aquellos que abordan las dimensiones narrativas, formales y expresivas del formato (Vázquez-Herrero *et al.*, 2019; Colussi y Assunção Reis, 2020 y Pérez Seijo, 2023), y los que estudian los efectos perceptivos, actitudinales y emocionales generados por la experiencia inmersiva (Gallego Abellán *et al.*, 2024 y Bujić *et al.*, 2023). Pérez Seijo (2024), por su parte, adopta una perspectiva evolutiva, al examinar el auge inicial y posterior retroceso del formato en el ecosistema mediático europeo.

## 4.2. METODOLOGÍAS APLICADAS

El análisis del diseño metodológico muestra un claro predominio de enfoques cualitativos y de métodos mixtos. Esta distribución refleja la naturaleza exploratoria y narrativa del fenómeno estudiado, cuyo abordaje requiere distintas aproximaciones.

Cinco estudios (López García *et al.*, 2017; Vázquez-Herrero *et al.*, 2019; Colussi y Assunção Reis, 2020; Da Silva, 2023, y Pérez Seijo, 2023) emplean diseños cualitativos. Todos ellos comparten un interés común por comprender los significados, estructuras narrativas y prácticas profesionales vinculadas al uso del vídeo en 360°. Aunque los enfoques y técnicas específicas varían, la orientación interpretativa es constante y responde a la necesidad de analizar fenómenos complejos desde una perspectiva inductiva y contextual.

Tres contribuciones -Cantero de Julián *et al.*, 2020; Pérez Seijo, 2024 y Gutiérrez-Caneda *et al.*, 2020)- utilizan diseños mixtos que combinan métodos cualitativos y cuantitativos. Esta elección apunta a una intención de triangular datos y enriquecer el análisis integrando diferentes tipos de evidencia. En estos trabajos, el enfoque mixto permite abordar al mismo tiempo las dimensiones estructurales del contenido y las percepciones o experiencias de los actores implicados.

Las principales divergencias metodológicas se refieren a la presencia de diseños experimentales cuantitativos aplicados a la medición de efectos psicológicos vinculados a la experiencia inmersiva, y también al grado de integración metodológica en los estudios de enfoque mixto.

En efecto, los estudios de Gallego Abellán *et al.*, (2024) y Bujić *et al.* (2023) adoptan un enfoque experimental con diseño *between-subjects repeated-measures*, centrado en el análisis de efectos derivados de distintas configuraciones inmersivas. Gallego Abellán *et al.* (2024) presentan un experimento que compara el impacto de una experiencia de vídeo en 360° en 3D con su versión en 2D. El propósito es analizar cómo estas modalidades afectan a la comprensión, al recuerdo, a la empatía y a la percepción de presencia. El contexto temático del experimento se centra en la representación de inmigrantes menores no acompañados ("menas") con el objetivo de explorar si la experiencia inmersiva modifica las actitudes de la audiencia hacia este colectivo.

Por su parte, Bujić *et al.* (2023) analizan cómo las decisiones formales en la construcción del relato (narrativa lineal versus interactiva) y el grado de interactividad influyen en tres dimensiones clave: la credibilidad percibida de la información, la implicación emocional y la sensación de presencia. A través de un entorno experimental, se comparan distintas versiones del mismo contenido narrativo para identificar qué configuraciones resultan más eficaces en términos de la experiencia del usuario.

Con respecto a las técnicas de recogida de información, se observa una convergencia metodológica hacia el análisis de contenido y las entrevistas, junto a una incipiente apertura a enfoques experimentales y cuantitativos más estructurados. Por lo demás, las diferencias en tamaño, origen y nivel de formalización de los *datasets* muestran la coexistencia de estudios exploratorios y descriptivos con otros que aspiran a una validación empírica más robusta, reflejando así el estado evolutivo del campo.

Una primera convergencia clara entre varios estudios (Cantero de Julián *et al.* 2020; López García *et al.*, 2017; Pérez Seijo, 2024; Vázquez-Herrero, *et al.*, 2019; Colussi y Assunção Reis, 2020; Da Silva, 2023; y Pérez Seijo, 2023) se refiere al empleo de técnicas cualitativas o combinadas, con predominio de las entrevistas semiestructuradas y del análisis de contenido. Este patrón responde a un interés común por examinar tanto las características narrativas de los vídeos inmersivos como las percepciones o prácticas de los profesionales implicados. Los estudios Cantero de Julián *et al.*, 2020; López García, *et al.*, 2017; y Pérez Seijo, 2024) combinan técnicas cuantitativas y cualitativas, mientras que los de Vázquez-Herrero *et al.* (2019), Colussi y Assunção Reis (2020), Da Silva (2023), y Pérez Seijo (2023) aplican sólo métodos cualitativos.

En cuanto a los *datasets*, siete artículos (Cantero de Julián, *et al.*, 2020; López García *et al.*, 2017; Pérez Seijo 2024, Vázquez-Herrero, *et al.*, 2019; Colussi y Assunção Reis, 2020; Da Silva, 2023 y Pérez Seijo, 2023) utilizan muestras cualitativas o de tipo exploratorio, como periodistas seleccionados por criterios de experiencia (López García *et al.*, 2017 y Da Silva, 2023), producciones multimedia representativas de medios concretos (Pérez Seijo, 2024; Vázquez-Herrero *et al.*, 2019; Colussi y Assunção Reis, 2020 y Pérez Seijo, 2023) o vídeos en 360° difundidos por medios regionales (Cantero de Julián, *et al.*, 2020). Todos ellos tienen en común un enfoque no probabilístico, centrado en la pertinencia y diversidad del material más que en la representatividad estadística.

Las diferencias más significativas se encuentran, de nuevo, en los estudios de Gallego Abellán *et al.* (2024) y Bujić *et al.* (2023) que son los únicos que emplean diseños experimentales controlados. Ambos exponen a los participantes a contenidos inmersivos a través de visores VR y utilizan cuestionarios antes y después de la experiencia, incluyendo medidas sobre orientación política, emociones, recuerdo o presencia. Además, Gallego Abellán, *et al.* (2024) incorporan análisis automatizado de sentimientos a través de *machine learning*, lo que distingue su estudio del resto. En ambos casos, las muestras se organizan en grupos experimentales con criterios de balance estadístico (por ejemplo, mediante heurísticos como el tamaño del efecto de Cohen).

Por su parte, Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) también aplican un diseño mixto, pero no detallan el procedimiento experimental ni el tamaño ni composición de la muestra, lo que limita la transparencia sobre su *dataset*. En cambio, el estudio de Pérez Seijo (2024) -que trabaja con



un conjunto amplio de datos (814 vídeos de 24 medios públicos en 20 países de la UE)- es el que utiliza un corpus más extenso y estructurado. Bujić *et al.* (2023) no mencionan el tamaño de la muestra, lo que limita evaluar su alcance empírico.

El artículo de Gallego Abellán *et al.* (2024) se distingue también por su contexto temático ya que se trata del único experimento aplicado a un problema social concreto (la percepción de los “menas”). Esto le aporta una componente aplicado y sociopolítico que no se encuentra en el resto de trabajos.

Las dimensiones del periodismo inmersivo con video 360° que más aborda la literatura han sido la narrativa/experiencial -en los estudios de Pérez Seijo, 2024; Vázquez-Herrero *et al.*, 2019, y Colussi y Assunção Reis, 2020)- relativas a la forma de contar historias y la inmersión del usuario, y las dimensiones emocional/cognitiva, referidas a la respuesta afectiva del público y su comprensión del mensaje. Bujić *et al.* (2023), por ejemplo, se centran principalmente en las dimensiones cognitiva y emocional y examina cómo distintos niveles de inmersión afectan las respuestas emocionales de los usuarios y su recuerdo del contenido. Los estudios de Da Silva (2023), Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) y Pérez Seijo (2023) también destacan la conexión emocional y la comprensión cognitiva.

Otras dimensiones han sido menos exploradas. La actitudinal, entendida como las disposiciones del público o de los actores institucionales ante determinados contenidos o formatos, se aborda de manera central sólo en un número limitado de estudios. Gallego Abellán *et al.* (2024) analizan explícitamente las respuestas actitudinales de los participantes frente a un tema social tras la exposición a un reportaje inmersivo en comparación con su versión en 2D, mientras que Cantero de Julián *et al.* (2020) examinan la orientación institucional al evaluar el compromiso de las emisoras regionales con la adopción del vídeo esférico. Con todo, la mayor parte de los trabajos no exploran esta cuestión de un modo explícito. Únicamente un estudio, el de López García *et al.* (2017), aborda la dimensión vinculada a la producción periodística en sí, mientras que Cantero de Julián *et al.* (2020) se centran en una dimensión estratégica organizacional del uso del vídeo 360°.

Con respecto al análisis de la calidad de las contribuciones analizadas, la aplicación de la herramienta MMAT (2018) a los estudios de tipo cualitativo muestra un cumplimiento de los criterios metodológicos en general adecuado, sobre todo en lo relativo a la claridad de las preguntas de investigación (criterio 1) y a la adecuación de los métodos de recogida de datos (criterio 4), que fueron cumplidos en la mayoría de los casos. No obstante, se observaron algunos cumplimientos parciales en criterios como la idoneidad del enfoque cualitativo (criterio 3), la fundamentación empírica de los hallazgos (criterio 5) y la adecuada fundamentación en datos en la interpretación de los resultados (criterio 6). Esto sugiere que, si bien el conjunto de investigaciones ofrece aportaciones relevantes, no todas cumplen de forma plena los estándares de calidad metodológica exigidos. Los resultados se presentan de forma esquemática en la siguiente tabla. Es posible acceder al contenido justificado de cada evaluación en el Anexo 2, ubicado al final del texto.

Tabla 3: Resultados de la evaluación de la calidad metodológica a partir del MMAT 2018 para estudios cualitativos

	1	2	3	4	5	6	7
López García et al. (2017)	●	●	●	●	●	●	●
Vázquez Herrero et al. (2019)	●	●	●	●	●	●	●
Colussi y Assunção Reis (2020)	●	●	●	●	●	●	●
Da Silva (2023)	●	●	●	●	●	●	●
Pérez Seijo (2023)	●	●	●	●	●	●	●

Fuente: elaboración propia a partir de MMAT

● Cumple el criterio ● Cumple parcialmente el criterio ● No cumple el criterio  
1. ¿Hay preguntas de investigación claras? 2. Los datos recogidos ¿permiten responder adecuadamente a las preguntas de investigación 3. ¿Son los participantes representativos de la población objetivo? 4. ¿Son apropiadas las mediciones en cuanto al resultado y la intervención (o exposición)? 5. ¿Existen datos completos sobre los resultados? 6. ¿Se tienen en cuenta los factores de confusión en el diseño y el análisis? 7. Durante el período de estudio, ¿la exposición se produjo según lo previsto?

La evaluación del estudio cuantitativo no aleatorizado revela un cumplimiento sólido en la mayoría de las cuestiones metodológicas. Gallego *et al.* (2024) presentan preguntas bien formuladas, recogen datos pertinentes y aplican mediciones adecuadas tanto para la exposición como para los resultados. Con todo, los criterios 3 y 6 se cumplen sólo de forma parcial ya que falta información clara sobre la muestra y sobre el tipo de intervención aplicada.

Tabla 4: Resultados de la evaluación de la calidad metodológica a partir del MMAT 2018 para el estudio cuantitativo no aleatorizado

	1	2	3	4	5	6	7
Gallego et al. (2024)	●	●	●	●	●	●	●

Fuente: elaboración propia a partir de MMAT

● Cumple el criterio ● Cumple parcialmente el criterio ● No cumple el criterio  
1. ¿Hay preguntas de investigación claras? 2. Los datos recogidos ¿permiten responder adecuadamente a las preguntas de investigación 3. ¿Son los participantes representativos de la población objetivo? 4. ¿Son apropiadas las mediciones en cuanto al resultado y la intervención (o exposición)? 5. ¿Existen datos completos sobre los resultados? 6. ¿Se tienen en cuenta los factores de confusión en el diseño y el análisis? 7. Durante el período de estudio, ¿la exposición se produjo según lo previsto?

El estudio cuantitativo aleatorizado muestra un buen nivel metodológico, aunque con algunas limitaciones muy concretas. El trabajo de Bujić *et al.* (2023) cumple con los criterios 1, 2, 5 y 7, lo que indica que las preguntas de investigación están claramente formuladas, las mediciones



utilizadas son pertinentes, los datos de los resultados están completos y los participantes siguieron la intervención asignada. Sin embargo, los criterios 3 y 4 se cumplen sólo de un modo parcial, ya que el estudio no ofrece una descripción detallada del procedimiento de aleatorización ni evidencia de manera suficiente la comparabilidad de los grupos al inicio de la intervención. Además, el criterio 6 no se cumple, pues no detalla si los evaluadores de los resultados fueron cegados respecto a las condiciones experimentales.

**Tabla 5: Resultados de la evaluación de la calidad metodológica a partir del MMAT 2018 para estudios cuantitativos aleatorizados**

	1	2	3	4	5	6	7
Bujić et al. (2023)	●	●	●	●	●	●	●

**Fuente: elaboración propia a partir de MMAT**

● Cumple el criterio ● Cumple parcialmente el criterio ● No cumple el criterio

1. ¿Hay preguntas de investigación claras? 2. Los datos recopilados ¿permiten abordar las preguntas de investigación? 3. ¿Existe una justificación adecuada para utilizar un diseño de métodos mixtos para abordar la pregunta de investigación? 4. Los diferentes componentes del estudio ¿están integrados de manera efectiva para responder a la pregunta de investigación? 5. Los resultados de la integración de los componentes cualitativos y cuantitativos ¿se interpretan adecuadamente? 6. ¿Se abordan de un modo adecuado las divergencias e inconsistencias entre los resultados cuantitativos y cualitativos? 7. Los diferentes componentes del estudio ¿se adhieren a los criterios de calidad de cada tradición de los métodos involucrados?

En cuanto a los estudios mixtos, el trabajo de Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) destaca por su cumplimiento íntegro de los siete criterios, lo que refleja una sólida integración entre componentes cualitativos y cuantitativos, una justificación adecuada del diseño mixto y una ejecución coherente en todas las fases del estudio. El texto de Pérez Seijo (2024) cumple totalmente tres criterios y de manera parcial los otros cuatro, con algún déficit en lo relativo a la integración de resultados y a la consistencia metodológica entre los dos enfoques. El estudio de Cantero de Julián *et al.* (2020) presenta mayores limitaciones: aunque cumple totalmente los tres primeros criterios, no satisface el criterio 5. Los 4 y 7 se cumplen sólo de forma parcial. En conjunto, los resultados muestran una calidad metodológica heterogénea dentro del grupo de estudios mixtos, tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

**Tabla 6: Resultados de la evaluación de la calidad metodológica a partir del MMAT 2018 para estudios de métodos mixtos**

	1	2	3	4	5	6	7
Cantero de Julián et al. (2020)	●	●	●	●	●	NA	●
Pérez Seijo (2024)	●	●	●	●	●	NA	●
Gutiérrez-Caneda et al. (2020)	●	●	●	●	●	●	●

**Fuente: elaboración propia a partir de MMAT**

● Cumple el criterio ● Cumple parcialmente el criterio ● No cumple el criterio

1. ¿Hay preguntas de investigación claras? 2. Los datos recopilados ¿permiten abordar las preguntas de investigación? 3. ¿Existe una justificación adecuada para utilizar un diseño de métodos mixtos para abordar la pregunta de investigación? 4. Los diferentes componentes del estudio ¿están integrados de manera efectiva para responder a la pregunta de investigación? 5. Los resultados de la integración de los componentes cualitativos y cuantitativos ¿se interpretan adecuadamente? 6. ¿Se abordan de un modo adecuado las divergencias e inconsistencias entre los resultados cuantitativos y cualitativos? 7. Los diferentes componentes del estudio ¿se adhieren a los criterios de calidad de cada tradición de los métodos involucrados?

#### 4.3. ANÁLISIS DAFO DEL PERIODISMO INMERSIVO CON VÍDEO EN 360° DE ACUERDO CON LA LITERATURA REVISADA

Las fortalezas del periodismo inmersivo que más destaca la literatura analizada se refieren a su capacidad para reconfigurar la narrativa periodística, aumentar la presencia del usuario, estimular la empatía y mejorar la comprensión de la realidad representada.

En los trabajos que abordan de modo explícito este aspecto (Pérez Seijo (2024), Vázquez-Herrero *et al.* (2019) y Colussi y Assunção Reis (2020), las fortalezas que más se mencionan se concentran en el potencial narrativo, emocional y cognitivo que ofrece este formato para transformar la experiencia del usuario. El estudio de Pérez Seijo (2024) señala que el vídeo en 360° “facilita nuevas formas de narración periodística”, ya que aporta una estructura espacial distinta a la convencional y ofrece una experiencia visual más rica, en la que la audiencia puede explorar libremente el entorno informativo. Esta dimensión narrativa se presenta como una ventaja para captar la atención y adaptar el relato a las posibilidades del medio.

Los artículos de Vázquez-Herrero *et al.* (2019) y Colussi y Assunção Reis (2020) refuerzan este planteamiento ya que afirman que el periodismo inmersivo permite colocar a la audiencia “en el centro de la historia”, generándole una sensación de presencia que intensifica la comprensión de los hechos que se representan con la conexión emocional con ellos. Además, se indica que esta implicación emocional puede fomentar un mayor nivel de reflexión o de conciencia crítica, lo que constituye un beneficio añadido en contextos informativos complejos.

Vázquez-Herrero *et al.* (2019) mencionan que el formato inmersivo mejora la comprensión de ciertos contenidos periodísticos, sobre todo de aquellos que tienen una carga espacial o contextual significativa. El entorno envolvente, se sugiere, permite que el usuario se sitúe mejor



en la escena y entienda de una manera más clara las relaciones entre los distintos elementos. Cinco de las contribuciones (Cantero de Julián *et al.*, 2020; López García *et al.*, 2017; Gallego Abellán *et al.*, 2024; Bujic *et al.*, 2023 y Da Silva, 2023) no abordan este asunto de manera explícita.

En cuanto a las debilidades, las más señaladas son las relativas a la complejidad técnica a la hora de producir y editar, la fragilidad narrativa de muchos contenidos inmersivos, y la falta de recursos humanos y estratégicos para incorporar este formato de un modo estructural. La repetición de estas categorías en varios estudios sugiere que, más allá del entusiasmo inicial, el vídeo en 360° enfrenta barreras sustantivas para su consolidación definitiva.

En concreto, seis trabajos (Cantero de Julián *et al.*, 2020; Pérez Seijo, 2024; Vázquez-Herrero *et al.*, 2019; Colussi y Assunção Reis, 2020; Gutiérrez-Caneda *et al.*, 2020 y Pérez Seijo, 2023) abordan debilidades de este formato, que se pueden agrupar en torno a tres ejes principales. Cantero de Julián *et al.* (2020) y Pérez Seijo (2024) refieren limitaciones técnicas. Cantero de Julián *et al.* (2020) identifican problemas como la escasa interoperabilidad entre plataformas, dificultades de navegación y accesibilidad, así como obstáculos técnicos a la hora de integrar el vídeo 360° en estrategias transmedia. De manera complementaria, Pérez Seijo (2024) recuerda la complejidad de los procesos de producción y la necesidad de contar con equipamiento especializado.

Las limitaciones narrativas aparecen como una preocupación recurrente en los estudios de Pérez Seijo (2024); Vázquez-Herrero *et al.* (2019); Colussi y Assunção Reis (2020) y Pérez Seijo (2023). El de Pérez Seijo (2024) observa que, a pesar del potencial del formato, muchas piezas inmersivas carecen de una estructura narrativa sólida. El de Vázquez-Herrero *et al.* (2019) señala que las producciones analizadas presentan debilidades narrativas debido a la falta de recursos, a que los guiones están poco desarrollados o que están ejecutados de manera apresurada. En la misma línea, Colussi y Assunção Reis (2020) destacan que los contenidos se tienden a centrar en el impacto visual, descuidando la profundidad informativa. Por su parte, Pérez Seijo (2023) enfatiza que la falta de planificación narrativa y la escasa estructuración constituyen obstáculos para que el mensaje se pueda recibir de una manera clara y significativa.

Cantero de Julián *et al.* (2020), Pérez Seijo (2024) y Vázquez-Herrero *et al.* (2019) también identifican dificultades de tipo institucional o profesional. En concreto, Cantero de Julián *et al.* (2020) aluden a la baja inversión y a la limitada apuesta estratégica por parte de los medios españoles regionales, algo que se traduce en que las producciones resultan esporádicas y poco articuladas. Pérez Seijo (2024) menciona la falta de perfiles profesionales especializados y la escasa formación en narrativas inmersivas como barreras para una implementación eficaz. Por su parte, Vázquez-Herrero *et al.* (2019) señalan que, en Argentina, las condiciones laborales precarias y la falta de apoyo organizativo dificultan el desarrollo de proyectos inmersivos sostenible.

Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) se centran en el efecto limitado del *engagement* que generan las piezas en 360°. En este caso, se reconoce que, a pesar de los esfuerzos narrativos, las soluciones aplicadas no terminan de garantizar una implicación emocional sostenida. Los estudios de López García *et al.* (2017); Gallego Abellán *et al.* (2024); Bujic *et al.* (2023) y Da Silva (2023) no abordan este asunto de manera explícita.

En cuanto a las principales oportunidades para el periodismo inmersivo en 360°, los trabajos analizados mencionan que es posible explorar nuevos lenguajes narrativos, fomentar una relación más intensa y empática con el público, y redefinir el perfil profesional en las redacciones. Aunque estas oportunidades no se desarrollan de forma sistemática, su presencia explícita en seis estudios refleja un interés creciente por el potencial del vídeo esférico en coberturas periodísticas.

En efecto, de los diez estudios analizados, seis (Vázquez-Herrero *et al.* (2019), Colussi y Assunção Reis (2020), Gallego Abellán *et al.* (2024), Bujić, *et al.* (2023), Da Silva (2023) y Pérez Seijo (2023) abordan de forma explícita esta cuestión. Vázquez-Herrero *et al.* (2019) y Colussi y Assunção Reis (2020) coinciden en destacar el potencial que ofrece este formato para promover formas narrativas alternativas. Vázquez-Herrero *et al.* (2019), lo consideran un recurso expresivo útil en contextos precarios mientras que Colussi y Assunção Reis (2020) señalan que permite construir experiencias con un alto valor añadido en términos sensoriales y de diferenciación editorial.

Gallego Abellán, *et al.* (2024) plantean que este formato puede favorecer un cambio de actitudes en la audiencia al favorecer una mayor empatía, como sugiere el experimento llevado a cabo en relación con la percepción de los “menas”. Bujić *et al.* (2023) identifican oportunidades relacionadas con el refuerzo de la credibilidad percibida y la implicación emocional a través de narrativas interactivas mientras que Pérez Seijo (2023) menciona que este tipo de relato permite establecer una conexión más profunda con el mensaje, ya que las experiencias inmersivas estimulan que la recepción sea más activa y empática.

En cuanto a las oportunidades profesionales, Da Silva (2023) destaca que el desarrollo de este tipo de periodismo puede fomentar nuevos perfiles técnicos y narrativos, así como dinámicas colaborativas entre periodistas y especialistas en tecnologías emergentes. Los estudios de Cantero de Julián, *et al.* (2020); López García *et al.* (2017); Pérez Seijo (2024) y Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) no abordan explícitamente esta cuestión.

Las amenazas identificadas aluden sobre todo a las dificultades para integrar el vídeo en 360° dentro de las actuales estructuras profesionales y tecnológicas, así como a los posibles efectos adversos en la experiencia del usuario. Aunque estas amenazas aparecen en un número limitado de estudios, su carácter estructural y transversal advierte sobre las condiciones que podrían comprometer la expansión o consolidación del formato en los próximos años.

En concreto, cinco trabajos (Vázquez-Herrero *et al.* (2019), Gallego Abellán, *et al.* (2024), Bujić *et al.* (2023), Da Silva (2023) y Pérez Seijo (2023) se refieren expresamente a esta cuestión. Desde una perspectiva profesional, el estudio de Vázquez-Herrero *et al.* (2019) señala que muchas de las experiencias inmersivas desarrolladas en medios argentinos se producen fuera del horario laboral, sin retribución y sin reconocimiento interno, lo que constituye un obstáculo real para su desarrollo sostenido.

Gallego Abellán *et al.* (2024) y Bujić *et al.* (2023) apuntan a riesgos asociados al uso del vídeo en 360°. Gallego Abellán *et al.* (2024) indican que una exposición inadecuada a contenidos inmersivos puede causar fatiga emocional o sensorial, sobre todo cuando abordan temas que son socialmente intensos, mientras que Bujić *et al.* (2023) advierten que ciertas estructuras na-



rrativas pueden reducir la credibilidad percibida y la implicación emocional, afectando así la eficacia del mensaje.

Desde una perspectiva más tecnológica, Da Silva (2023) y Pérez Seijo (2023) señalan que la baja accesibilidad y la escasa integración del vídeo 360° en las plataformas digitales de los medios amenazan la consolidación del formato. Da Silva (2023) destaca la dispersión del contenido, la ausencia de categorías claras y la dificultad de acceso rápido, lo que limita su visibilidad e impacto. Pérez Seijo (2023) apunta problemas similares, como la necesidad de contar con entornos optimizados y dispositivos específicos, lo que podría reducir su alcance entre ciertos públicos. Los estudios de Cantero de Julián *et al.* (2020), López García *et al.* (2017), Pérez Seijo (2024), Colussi y Assunção Reis (2020) y Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) no abordan otras posibles amenazas.

#### 4.4. DESAFÍOS, BUENAS PRÁCTICAS Y ESTRATEGIAS MÁS EFICACES

En relación con el tercer y último objetivo específico de esta revisión, la literatura muestra que los principales desafíos para una adopción sostenida del vídeo inmersivo en el periodismo se centran en las limitaciones técnicas que existen para su producción y acceso, la falta de formación y perfiles profesionales adecuados, y los dilemas éticos y experienciales ligados a su uso informativo. La presencia constante de estos obstáculos en casi todos los estudios revisados sugiere que el desarrollo del vídeo 360° como una herramienta periodística no depende sólo de su valor narrativo, sino también de condiciones estructurales que aún no han sido del todo resueltas.

En concreto, nueve estudios (Cantero de Julián *et al.* (2020), Pérez Seijo (2024), Vázquez-Herrero *et al.* (2019), Colussi y Assunção Reis (2020), Gallego Abellán *et al.* (2024), Bujić *et al.* (2023), Da Silva (2023), Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) y Pérez Seijo (2023) identifican desafíos. Los más mencionados son los de tipo tecnológico. Varios trabajos coinciden en que producir, editar y distribuir contenido inmersivo en vídeo 360° sigue suponiendo un gran reto desde el punto de vista técnico, por cuanto desafía buena parte de la gramática audiovisual convencional. El estudio de Cantero de Julián *et al.* (2020) destaca la falta de recursos adecuados y el de Pérez Seijo (2024) subraya la complejidad del proceso, desde la fase grabación hasta la de postproducción. Vázquez-Herrero *et al.* (2019) añaden que muchos medios argentinos carecen de infraestructura especializada, y Colussi y Assunção Reis (2020) señalan que el propio diseño del formato impone barreras operativas. Gallego Abellán *et al.* (2024) aportan una dimensión adicional ya que advierten que ciertas especificidades técnicas pueden provocar *simulator sickness*, lo que habría desmotivado a algunos grandes medios. Bujić *et al.* (2023) apuntan carencias estructurales en las redacciones, Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) señalan la baja integración del contenido en plataformas digitales y Pérez Seijo (2023) advierte que la necesidad de dispositivos o entornos optimizados limita su accesibilidad.

Otro grupo de desafíos se refiere a cuestiones más organizativas. Pérez Seijo (2024) señala que muchas redacciones no cuentan con perfiles especializados para desarrollar proyectos inmersivos, y Vázquez-Herrero *et al.* (2019) advierten que la falta de planificación y respaldo institucional dificulta su continuidad. Bujić *et al.* (2023) destacan la carencia de formación espe-

cífica como una barrera clave, mientras que Da Silva (2023) subraya la necesidad de adaptar a esta nueva gramática tanto las competencias individuales como las dinámicas de trabajo.

Algunos estudios destacan un aspecto menos tratado, pero también relevante: los riesgos ligados a la experiencia del usuario y a los principios éticos del periodismo. Gallego Abellán *et al.* (2024) advierten que el alto nivel de credibilidad que se le atribuye al formato, junto con su capacidad persuasiva, plantea riesgos de manipulación, sobre todo por la vulnerabilidad emocional a la que queda sometido el espectador dadas las condiciones mismas en las que accede a este tipo de contenidos. También señala que la objetividad se puede ver comprometida, ya que, en el diseño inmersivo, las decisiones técnicas condicionan la atención de una manera que no siempre es neutral. El estudio de López García *et al.* (2017) es el único que no identifica desafíos específicos.

La literatura revisada plantea un conjunto reducido pero relevante de buenas prácticas para aprovechar el potencial informativo y narrativo del vídeo en 360°. Entre ellas destacan la necesidad de guionizar el relato inmersivo, asegurar la viabilidad técnica de las experiencias y profesionalizar la planificación de su producción. La coincidencia en estos tres ejes entre los cinco estudios que abordan esta cuestión permite delimitar líneas de acción concretas para fortalecer su uso periodístico. A su vez, la ausencia de orientaciones similares en las otras cinco contribuciones revela una laguna significativa en el abordaje académico del formato, algo que convendría explorar en futuras investigaciones.

En efecto, cinco estudios (Vázquez-Herrero *et al.*, 2019; Colussi y Assunção Reis, 2020; Gallego Abellán, *et al.*, 2024; Bujić *et al.*, 2023 y Pérez Seijo, 2023) abordan esta cuestión de forma explícita. En cuanto a la estructura del relato, varios trabajos coinciden en la importancia de una planificación intencional. Pérez Seijo (2023) recomienda integrar recursos como la voz en off, la segmentación narrativa y el enfoque en primera persona mientras que Bujić *et al.* (2023) proponen desarrollar narrativas interactivas que refuercen la participación de la audiencia sin comprometer la claridad del mensaje.

En relación con el diseño de la experiencia, Gallego Abellán *et al.* (2024) subrayan la necesidad de evitar elementos que generen *discomfort*, como movimientos bruscos o una sobrecarga sensorial que pueda causar *simulator sickness*. Además, advierten de la importancia de tener en cuenta las limitaciones técnicas del formato al planificar la experiencia.

Desde una perspectiva organizativa, Vázquez-Herrero *et al.* (2019) destacan la necesidad de planificar la producción de contenidos inmersivos de forma estructurada y profesionalizada. En la misma línea, Colussi y Assunção Reis (2020) subrayan que es importante conformar equipos multidisciplinares que aúnen competencias técnicas, narrativas y creativas, ya que el manejo eficaz del formato exige una combinación específica de saberes que aseguren que los relatos tienen coherencia informativa y profundidad expresiva. Aunque los estudios de Cantero de Julián *et al.* (2020), López García *et al.* (2017), Pérez Seijo (2024), Da Silva (2023) y Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) identifican diversas limitaciones, no las traducen en recomendaciones prácticas concretas.

Según la literatura revisada, las estrategias más eficaces para aprovechar el potencial del vídeo esférico consisten en estructurar la experiencia con recursos que orienten la narrativa, fomentar la implicación emocional mediante enfoques empáticos y minimizar las barreras de



acceso para que la recepción del mensaje resulte lo más fluida posible. Si bien no todos los estudios abordan este asunto, aquellos que sí lo hacen ofrecen recomendaciones claras y complementarias que contribuyen a una producción inmersiva más rica tanto desde una perspectiva informativa como experiencial.

En concreto, cinco trabajos (los de Vázquez-Herrero *et al.* (2019), Colussi y Assunção Reis (2020), Gallego Abellán *et al.* (2024) Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) y Pérez Seijo (2023) abordan esta cuestión mientras que Bujić *et al.* (2023), sin proponer recomendaciones directas, ofrecen observaciones relevantes con implicaciones prácticas. Los estudios de Cantero de Julián *et al.* (2020), López García *et al.* (2017), Pérez Seijo (2024) y Da Silva (2023), en cambio, no abordan esta variable.

Las estrategias identificadas se organizan en torno a tres grandes ejes. En primer lugar, la estructura narrativa se considera fundamental para facilitar tanto la comprensión del mensaje como la navegación dentro del entorno inmersivo. Vázquez-Herrero, *et al.* (2019) recuerdan que es conveniente incorporar referencias espaciales claras que ayuden a que el usuario se ubique e interprete correctamente el relato. En esta misma línea, Pérez Seijo (2023) propone recurrir a la voz en off, segmentar el campo visual y enfocar el relato en primera persona para guiar la atención sin limitar las posibilidades exploratorias que ofrece el formato.

Un segundo conjunto de estrategias busca reforzar la implicación emocional y la empatía. Colussi y Assunção Reis (2020) señalan que la perspectiva en primera persona y una narración estructurada emocionalmente favorecen una mayor conexión con los hechos representados. A su vez, Gallego Abellán *et al.* (2024) destacan que es necesario elegir bien el tipo de inmersión, no sólo para mejorar la experiencia, sino también para evitar efectos adversos como el *simulator sickness*.

Por último, varios estudios enfatizan la necesidad de mejorar la accesibilidad técnica y la interacción con el contenido. Gutiérrez-Caneda *et al.* (2020) recomiendan desarrollar diseños responsive, incluir buscadores internos y facilitar el acceso directo desde las webs de los medios. Bujić *et al.* (2023), por su parte, sugieren combinar una interactividad bien diseñada con una narrativa coherente como vía para fortalecer la credibilidad y la implicación, factores clave para una recepción efectiva del mensaje.

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Esta revisión sistemática ha permitido examinar críticamente el estado actual de la literatura empírica sobre el periodismo inmersivo con vídeo en 360°, un campo que, tal como se expuso en la introducción, emergió a partir de los desarrollos impulsados por Nonny de la Peña y el Emblematic Group a comienzos de la década de 2010. En aquel momento, se perfiló como una de las formas más disruptivas de la narrativa digital, por su capacidad para inducir experiencias perceptuales intensas y una fuerte implicación emocional del usuario. A lo largo de la última década, sin embargo, este formato ha atravesado fases de auge, estancamiento y reformulación, lo cual justifica la pertinencia de una revisión sistemática centrada en sus dimensiones metodológicas, narrativas, organizativas y estratégicas.

Tal como se anticipaba en la introducción, la investigación sobre periodismo inmersivo con vídeo en 360° se ha desarrollado sobre todo desde enfoques cualitativos. Esta tendencia responde a la necesidad de explorar fenómenos emergentes aun escasamente institucionalizados, como lo demuestra la amplia utilización de entrevistas semi estructuradas y análisis de contenido. Esta observación concuerda con lo planteado al inicio: que nos encontramos ante un campo joven, en consolidación, más proclive a la exploración fenomenológica y al estudio de caso que a la validación estadística.

No obstante, los resultados también revelan una progresiva incorporación de enfoques experimentales, especialmente en los trabajos de Gallego Abellán *et al.* (2024) y Bujić *et al.* (2023). Esto representa un avance metodológico relevante en términos de evaluación de impacto. No obstante, en comparación con la literatura previa que enfatiza las promesas narrativas del formato, los hallazgos muestran un desfase entre la sofisticación conceptual del discurso académico y el grado de sistematización de sus métodos. Dicho de otra forma, la literatura actual demuestra un alto interés por las posibilidades del vídeo inmersivo, pero aún carece de marcos metodológicos suficientemente estandarizados y replicables.

En línea con la literatura previa, la mayoría de los estudios empíricos coinciden en destacar la capacidad del vídeo 360° para generar una experiencia sensorial más rica, aumentar la presencia percibida y facilitar una comprensión más empática de los hechos. Esta alineación entre la teoría y los hallazgos empíricos refuerza la validez del postulado fundacional de De la Peña *et al.* (2010) sobre el periodismo inmersivo como una forma de participación encarnada.

Sin embargo, en contraste con el potencial narrativo que se le atribuye al formato, los estudios revisados muestran que muchas de las piezas producidas en realidad presentan fragilidades expresivas, una escasa planificación narrativa y una débil integración transmedia. Esta divergencia entre el ideal inmersivo y la realidad productiva, ya esbozada en estudios como el de Pérez-Seijo (2024), sugiere que el formato se encuentra atrapado en una tensión entre la ambición estética y la precariedad operativa.

Asimismo, si bien la literatura previa subrayaba el potencial ético del formato para intensificar el compromiso ciudadano, sólo algunos estudios analizados (especialmente los de Gallego Abellán *et al.*, 2024) exploran con profundidad sus dilemas éticos, como la manipulación emocional o la erosión de la objetividad narrativa. Este vacío temático indica que el análisis ético, aunque crucial, no ha sido sistematizado de un modo suficiente en la literatura empírica, lo cual representa una importante área de desarrollo.

Las oportunidades identificadas —nuevos lenguajes, atracción de audiencias, renovación profesional— refuerzan lo planteado en la introducción respecto al potencial transformador del formato. Sin embargo, las amenazas estructurales (como la baja accesibilidad, los altos costes o la escasa visibilidad en plataformas digitales) muestran que estos beneficios sólo se concretan en contextos institucionales capaces de sostener la innovación.

El tercer objetivo de esta revisión apuntaba a identificar los principales obstáculos para una implementación más efectiva del vídeo inmersivo, así como las estrategias más eficaces para su aprovechamiento. En este punto, los resultados son especialmente reveladores. Como ya se apunta en la literatura previa, la producción de contenidos inmersivos plantea desafíos técnicos complejos: desde la captura y edición hasta la distribución y adaptación a dispositivos. Sin



embargo, el análisis pone de manifiesto que estos obstáculos no son sólo de tipo tecnológico, sino también formativos, organizacionales y éticos.

Una contribución original de los estudios analizados es su énfasis en la necesidad de profesionalizar la práctica: guionizar los relatos, conformar equipos multidisciplinares y estructurar la producción. Esto complementa lo expuesto en la literatura previa, que coincide en señalar la fragmentación de las experiencias y la falta de continuidad como barreras estructurales. Con todo, a diferencia de trabajos anteriores centrados en el potencial estético que tiene el formato, los estudios más recientes ofrecen un enfoque más realista y operativo, y proponen recomendaciones específicas que podrían ser extrapoladas a contextos diversos. En cuanto a las estrategias eficaces, los hallazgos confirman que la narrativa guiada, la voz en off, el diseño responsive y la empatía estructurada son elementos clave para maximizar el impacto del vídeo esférico. Esta evidencia empírica no sólo valida lo planteado en el marco teórico, sino que aporta herramientas concretas para una producción más eficaz y significativa.

Como toda revisión sistemática, este estudio presenta limitaciones que conviene señalar. En primer lugar, el número de estudios incluidos ( $n = 10$ ) es limitado debido a la aplicación de criterios de inclusión exigentes; entre ellos, la necesidad de tratarse de estudios empíricos, en acceso abierto, revisados por pares y centrados de un modo específico en el vídeo 360° aplicado al periodismo. Esta selección estricta ha permitido garantizar la calidad de las fuentes, pero tal vez haya dejado fuera trabajos relevantes publicados en otros idiomas, formatos o bases de datos. Asimismo, la diversidad metodológica de los estudios incluidos ha dificultado poder realizar una síntesis cuantitativa. Por otro lado, aunque el análisis temático ha sido exhaustivo, no se han aplicado técnicas de metaanálisis o de evaluación de impacto. Esto limita las conclusiones en términos de efecto comparado o generalización estadística.

En cualquier caso, los resultados obtenidos permiten identificar varias líneas prioritarias de investigación futura. En primer lugar, se requiere una mayor inversión en estudios experimentales controlados que permitan evaluar el impacto del vídeo inmersivo sobre variables como la comprensión, la memoria, la empatía o el cambio de actitudes. Este tipo de estudios sería particularmente valioso para validar de manera empírica muchas de las hipótesis teóricas formuladas en la última década. En segundo lugar, es necesario desarrollar marcos metodológicos más homogéneos y comparables que faciliten la replicación de los hallazgos y la consolidación de un campo de estudio robusto. En particular, se echa en falta una mayor estandarización de las dimensiones de análisis y de los instrumentos de evaluación aplicados en los estudios existentes.

Asimismo, resulta urgente el abordaje sistemático de las implicaciones éticas de este tipo de periodismo. La capacidad del formato para condicionar la percepción del espectador mediante el control de su punto de vista, la selección del entorno y la manipulación de las emociones demanda una reflexión crítica que integre las perspectivas deontológicas, tecnológicas y sociales. Por último, sería recomendable evaluar su eficacia de forma longitudinal y fomentar investigaciones colaborativas entre universidades, medios de comunicación y centros de innovación tecnológica, que permitan explorar aplicaciones reales del formato en condiciones profesionales. En un entorno marcado por la expansión del metaverso y las realidades extendidas, estas sinergias podrían resultar clave para asegurar un desarrollo ético, narrativamente sofisticado e inclusivo del periodismo inmersivo con vídeo en 360°.

## 6. REFERENCIAS

- Benítez de Gracia, M.J. & Herrera Damas, S. (2018a). El reportaje inmersivo en vídeo en 360°: diseño de un modelo de análisis. *El Profesional de la Información*, 27(1), 136-145. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.14>
- Benítez de Gracia, M.J. & Herrera Damas, S. (2018b). El reportaje inmersivo en vídeo en 360° en los medios periodísticos españoles. *Revista de Comunicación*, 17(2), 66-100. <https://doi.org/10.26441/RC17.2-2018-A3>
- Benítez-de-Gracia, M.J. y Herrera-Damas, S. (2019). Análisis del nivel de inmersión de los reportajes en vídeo en 360° producidos por medios periodísticos españoles. *Communication & Society*, 32, 2, 77-95. <https://doi.org/10.15581/003.32.37849>
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bujić, M., Salminen, M. & Hamari, J. (2023). Effects of Immersive Media on Emotion and Memory: An Experiment Comparing Article, 360-video, and Virtual Reality. *International Journal of Human-Computer Studies*, 179, 103118. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2023.103118>
- Cantero de Julián, J.I., Calvo Rubio, L.M. & Benedicto Solsona, M.Á. (2020). La tenue apuesta por los vídeos en 360° en las estrategias transmedia de las televisiones autonómicas españolas. *Revista Latina de Comunicación Social* (75), 415-433. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1433>
- Castillo-Ramón, R.E., Camacho-Ninayahuar, A.G., Turriate-Guzmán, A.M., & Bravo-Guevara, D.R. (2023). Immersive Journalism: A Systematic Review of the Literature in Scopus over the Last Five Years. 2023 IEEE 6th International Conference on Computer and Communication Engineering Technology (CCET), 48-52. <https://doi.org/10.1109/ccet59170.2023.10335133>
- Colussi, J. & Assunção Reis, T. (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>
- Da Silva, M.P. (2023). Between style and social condition: immersive journalism and the paradoxes of legitimization in the entrepreneurial culture. *Brazilian Journalism Research*, 19(2), e1548. <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n2.2023.1548>
- De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Pomés, A., Giannopoulos, E., Spanlang, B., Friedman, D., Sánchez-Vives, M.V. & Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291-301. [https://doi.org/10.1162/PRES\\_a\\_00005](https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005)
- Domínguez, E. (2017). Going beyond the classic news narrative convention: The background to and challenges of immersion in journalism. *Frontiers in Digital Humanities*, 4. <https://doi.org/10.3389/fdigh.2017.00010>
- Fereday, J. & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92.



- Gallego, R., Teruel, C. & Slater, M. (2024). Immersive documentary journalism: exploring the impact of 360° virtual reality compared with a 2D screen display on the responses of people toward undocumented young migrants to Spain. *Frontiers in Communication*, 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1474524>
- Gerrig, R.J. (1993). *Experiencing narrative worlds: On the Psychological Activities of Reading*. Yale University Press.
- Gough, D., Oliver, S. & Thomas, J. (2012). *An introduction to systematic reviews*. SAGE Publications.
- Greber, H., Aaldering, L., & Lecheler, S. (2024). Informing Immersed Citizens: The Impact of Interactivity on Comprehending News in Immersive Journalism. *Media and Communication*. <https://doi.org/10.17645/mac.8571>
- Green, M.C. & Brock, T.C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (5), 701-721. <https://doi.org/10.3389/10.1037//0022-3514.79.5.701>
- Gutiérrez-Caneda, B., Pérez-Seijo, S., & López-García X. (2020). Las secciones y apps de rv y vídeos 360° a examen. Estudio de caso de siete medios con impacto en Europa *Comunicación Social*, (75), 149–167. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1420>
- Haddaway, N.R., Page, M.J., Pritchard, C.C. & McGuinness, L.A. (2022). PRISMA2020: An R package and Shiny app for producing PRISMA 2020-compliant flow diagrams, with interactivity for optimised digital transparency and Open Synthesis Campbell Systematic Reviews, 18, e1230. <https://doi.org/10.1002/cl2.1230>
- Hardee, G.M. (2016). Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. In: Lackey, S., Shumaker, R. (eds). *Virtual, Augmented and Mixed Reality. VAMR 2016. Lecture Notes in Computer Science*, vol 9740. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-39907-2\\_65](https://doi.org/10.1007/978-3-319-39907-2_65)
- Hardee, G.M. & McMahan, R.P. (2017). FIJI: A Framework for the Immersive Journalism Intersection. *Frontiers ICT* 4, 1–21. <https://doi.org/10.3389/fict.2017.00021>
- Herrera-Damas, S., & Benítez de Gracia, M. J. (2022). Immersive Journalism: Advantages, Disadvantages and Challenges from the Perspective of Experts. *Journalism and Media*, 3(2), 330–347. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3020024>
- Hong, Q. N., Pluye, P., Fàbregues, S., Bartlett, G., Boardman, F., Cargo, M., Dagenais, P., Gagnon, M.-P., Griffiths, F., Nicolau, B., O’Cathain, A., Rousseau, M.C. & Vedel, I. (2018). Mixed methods appraisal tool (MMAT), 2018 version user guide. McGill University Department of Family Medicine.
- [http://mixedmethodsappraisaltoolpublic.pbworks.com/w/file/fetch/127916259/MMAT\\_2018\\_criteria-manual\\_2018-08-01\\_ENG.pdf](http://mixedmethodsappraisaltoolpublic.pbworks.com/w/file/fetch/127916259/MMAT_2018_criteria-manual_2018-08-01_ENG.pdf)
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A.I. & Pereira-Fariña, X. (2017). Technological Skills and New Professional Profiles: Present Challenges for Journalism. *Comunicar*, 25(53), 81–90.

Retrieved from <https://www.revistacomunicar.com/ojs/index.php/comunicar/article/view/C53-2017-08>

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D.G. & The PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>

Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M., Boutron, I., Hoffmann, T., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J.M., Akl, E.A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J.M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E.W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S. & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *British Medical Journal*, 372 (1), <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

Paíno-Ambrosio, A., & Rodríguez-Fidalgo, M.I. (2019). A proposal for the classification of immersive journalism genres based on the use of virtual reality and 360-degree video. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1132-1153. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1375en>

Pérez Seijo, S. (2023). Periodismo inmersivo con vídeo 360 grados: valor, narrativa y retos de futuro. *Doxa Comunicación*, 37, 385-400. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1841>

Pérez-Seijo, S. (2024). Rise and fall of 360-degree video: evolution and features of immersive content production in European public

service media (2015-2023). *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 15(2),

e26910. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.26910>

Petticrew, M. & Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9780470754887>

Pluye, P., Gagnon, M.P., Griffiths, F. & Johnson-Lafleur, J. (2009). A scoring system for appraising mixed methods research, and concomitantly appraising qualitative, quantitative and mixed methods primary studies in Mixed Studies Reviews. *International Journal of Nursing Studies*, 46(4), 529–546. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2009.01.009>

Sánchez Laws, A.L. (ed.). (2023). *Insights on Immersive Journalism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003217008>

Uskali, T., Gynnild, A., Jones, S., & Sirkkunen, E. (2021). *Immersive Journalism as Storytelling: Ethics, Production, and Design*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748>

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.C. & López-García, X. (2019). La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino. *Revista de Comunicación*, 18(1), 191–214. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A10>



## 7. ANEXOS

### ANEXO 1:

Tabla 1. Relación entre objetivos y preguntas de investigación, disponible en el repositorio de datos Figshare con el siguiente doi: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28690832.v1>

### ANEXO 2:

Resultados de la evaluación de la calidad metodológica a partir del MMAT 2018 para los diferentes tipos de estudios que integran la revisión sistemática, disponible en el repositorio de datos Figshare con el siguiente doi: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28899356>