

Narrativa periodística multimedia: fundamentos semiótico-narratológicos

Multimedia news storytelling: Semiotic-narratological foundations

Pilar Sánchez-García; Ramón Salaverría

Note: This article can be read in English on:

http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/may/sanchez-salaverria_es.pdf

Cómo citar este artículo:

Sánchez-García, Pilar; Salaverría, Ramón (2019). "Multimedia news storytelling: Semiotic-narratological foundations". *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280303.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.03>

Artículo recibido el 07-11-2018
Aceptación definitiva: 07-03-2019



Pilar Sánchez-García ✉
<http://orcid.org/0000-0002-6223-182X>

Universidad de Valladolid
Facultad de Filosofía y Letras
Plaza del Campus Universitario, s/n.
47011 Valladolid, España
pilar.sanchez@uva.es



Ramón Salaverría
<http://orcid.org/0000-0002-4188-7811>

Universidad de Navarra
Facultad de Comunicación
Departamento de Proyectos Periodísticos
Edificio Ciencias Sociales,
31080 Pamplona, España
rsalaver@unav.es

Resumen

La investigación en torno a la narrativa periodística multimedia cuenta con algunos estudios empíricos, pero adolece todavía de una débil fundamentación teórica. El presente artículo propone una fundamentación transdisciplinar de la narrativa periodística multimedia, a partir de la Semiótica y de la Narratología. Mediante un método hipotético-deductivo se explican, en primer lugar, las bases del relato multimedia desde un modelo semiótico, basado en las categorías de ideación-composición-recepción. En segundo lugar, empleando la teoría narratológica, se describe el proceso narrativo multimedia desde la fase pre-compositiva, en la que los periodistas ensamblan los relatos, hasta la fase final de navegación por parte de los usuarios participativos. La combinación de ambos fundamentos teóricos permite dar cuenta de la naturaleza del relato periodístico multimedia, sobre la base de tres elementos: 1) coherencia sintáctica en el multilinguaje, 2) autoría abierta y colectiva, y 3) recepción participativa por parte de la audiencia.

Palabras clave

Narrativa periodística; Multimedia; Semiótica; Narratología; Hipermedia; Periodismo digital; Medios digitales; Convergencia.

Abstract

Research about multimedia news storytelling contains several empirical studies, but these lack a theoretical foundation. This article proposes a transdisciplinary foundation of multimedia news storytelling, based on semiotics and narratology. First, the bases of multimedia news storytelling are explained using a hypothetical-deductive methodology and the semiotic categories of ideation-composition-reception. Second, based on narratology, the multimedia storytelling process is described, starting from the pre-compositional stage, in which journalists assemble the stories, to the final stage of navigation by the participatory users. The combination of both theoretical foundations allows us to explain the nature of

Agradecimientos

Los resultados de este artículo corresponden al proyecto *Cibermedios nativos digitales en España: caracterización y tendencias* (referencia RTI2018-093346-B-C31) del Programa Estatal de I+D+i Orientado a los Retos de la Sociedad, financiado por el *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades* de España.

multimedia news storytelling, based on three elements: 1) syntactic coherence between the multiple languages used, 2) open and collective authorship, and 3) participatory reception by the audience.

Keywords

News storytelling; Multimedia; Semiotics; Narratology; Hypermedia; Digital journalism; Digital media; Convergence.

1. Introducción. La convergencia narrativa como eje de otras convergencias

La transformación de la comunicación pública propiciada por la tecnología digital abre un horizonte de paradigmas heterogéneos e interrelacionados. Gran parte de los que afectan a los medios de comunicación confluye en la llamada convergencia mediática, entendida como un complejo entramado de mudanzas organizativas, profesionales y narrativas (Quandt; Singer, 2009).

Para entender esa evolución, el análisis de la teoría sobre la convergencia aporta algunas respuestas. Más allá del reduccionismo tecnológico con el que comenzó su estudio (Forgacs, 2001; Idei, 2002), la convergencia se concibe ya como un fenómeno polifacético (Domingo *et al.*, 2004), en el que se advierten tres paradigmas destacados:

- en primer lugar, la convergencia empresarial y los nuevos modelos de negocio (Deuze, 2003; Lawson-Borders, 2006; Casero-Ripollés, 2010);
- en segundo lugar, la convergencia que renueva tanto las estructuras de las redacciones (García-Avilés; Carvajal, 2008; García-Avilés *et al.*, 2009; Salaverría; Negredo, 2008; Larrondo *et al.*, 2016) como los perfiles profesionales (Scolari *et al.*, 2008; Kaltenbrunner; Meier, 2013; Sánchez-García; Campos-Domínguez; Berrocal-Gonzalo, 2015; López-García; Toural-Bran; Rodríguez-Vázquez, 2016; López-García; Rodríguez-Vázquez; Pereira-Fariña, 2017); y,
- en tercer lugar, la convergencia narrativa del relato multimedia e hipermedia, propiciada por una audiencia participativa (Cover, 2006; Díaz-Noci, 2009; Napoli, 2010; Hernández-Serrano *et al.*, 2017).

La presente investigación se encuadra en el tercero de esos ámbitos, el estudio de la convergencia narrativa. En la línea de lo apuntado en diferentes estudios (Infotendencias Group, 2012), parte de la idea de que en dicha narrativa confluyen las demás esferas de la convergencia mediática, puesto que todo contenido periodístico es resultado de un proceso productivo y de un modo de organización. Prueba de ello son, por ejemplo, las formas de contar adoptadas por el *slow journalism*¹ (Rosique-Cedillo; Barranquero-Carretero, 2015; Le-Masurier, 2015) y el periodismo de datos (Lewis, 2015) que, en su apuesta por la innovación narrativa, se traducen en modelos de producción alejados del periodismo generalista o viral, impulsando nuevos perfiles profesionales. La narrativa multimedia se ha convertido, en suma, en factor diferenciador de los cibermedios en los que se produce

“la disociación entre el contenido y el soporte que lo vehicula” con una capacidad para “combinar distintas formas expresivas” (López-García, 2015, p. 15).

La evolución digital de los medios de comunicación ya no es sólo tecnológica, sino también lingüístico-comunicativa. El relato se constituye en factor clave para conectar con el lector, cuyo interés se capta gracias a un lenguaje que le emociona, le apela y requiere de una nueva capacitación lingüístico-digital (Albaladejo, 2011). Se trata de un cambio de modelo narrativo, afectado por la ‘economía de la atención’ (Roca, 2008) y los nuevos hábitos interactivos de la audiencia.

“ La evolución digital de los medios de comunicación ya no es sólo tecnológica, sino también lingüístico-comunicativa ”

El estudio de la narrativa periodística multimedia ha estado presidido, hasta el momento, por una visión principalmente práctica y empírica, centrada en caracterizar géneros y formatos emergentes (Caple; Knox, 2012; Jacobson, 2010). Mucho menos comunes han sido, sin embargo, las reflexiones analíticas, orientadas a dar cuenta teórica de esta realidad. El presente artículo se encuadra en este segundo enfoque y explora la modalidad de relato que ofrece mayor grado de integración multimedia, en lo que Scolari (2004) denomina las tres gramáticas: textual, gráfica e interactiva. Es decir, una narrativa multimedia integrada, denominada hipermedia (Delany; Landow, 1995). Si bien esta interrelación entre hipertexto y elementos multimedia alcanza a áreas como la narrativa literaria, el cine, la publicidad o los videojuegos, la presente investigación se circunscribe a la narrativa multimedia periodística, considerada como un macrogénero (Larrondo, 2009).

Su estudio viene limitado por las dos principales características de este tipo de relatos:

- la “extrema ductilidad del texto” (Anichini, 2003) en internet, que genera una textualidad única y cambiante;
- la variedad e innovación permanente. Prueba de ello es que desde el famoso precedente del reportaje multimedia “Snow Fall”² de *The New York Times* en 2012, la narrativa periodística sigue evolucionando con un despliegue tan innovador y cautivador como difícil de catalogar.

Estas limitaciones son precisamente las que justifican la pertinencia de una propuesta teórica, con una visión holística de la narrativa periodística multimedia que refleje las propiedades que permanecen inalteradas ante las transformaciones continuas. La complejidad de formular tal propuesta, aparentemente inabarcable, encuentra una sólida y fecunda fundamentación teórica en el ámbito de la Semiótica y la Narratología, disciplinas aptas para analizar sistemas intertextuales e interdiscursivos.

La Semiótica, como ciencia que estudia los signos y códigos comunicativos, resulta útil a la narrativa periodística desde la corriente posestructuralista (**Morris**, 1938; **Derrida**, 1971; **Barthes**, 1971, 1974; **Landow**, 1995), que no sólo se centra en el análisis del signo (sintaxis), sino también en la semántica (significado) y en la pragmática (interpretación). El interés de la Semiótica pragmática radica en la importancia que concede a la recepción, la cultura y, en general, a las circunstancias que aportan significado al proceso comunicativo. Es decir, el mensaje parte del código lingüístico-semántico del autor, pero requiere del proceso mental de interpretación y decodificación que se produce en la mente del receptor, influido por la cultura y su contexto espacio-temporal. Es lo que se entiende como el ‘proceso semiótico’ (**Greimas**; **Courtes**, 1982), que permite presentar cualquier acto comunicativo como un proceso abierto y colectivo.

Este prolífico campo de investigación alcanza su mayor amplitud con el estudio del relato desde la semiología literaria (**Bobes-Naves**, 1989), que da lugar al desarrollo de la Narratología como una nueva disciplina de la Semiótica (**Bal**, 1987; **Genette**, 1981), al pasar del estudio de los significados al de su producción. Es decir,

“de lo narrado, al acto y a los modos de narrar, de la historia al sujeto que la emite o a los tipos de lectores que la experimentan” (**Güntert**, 1990, p. 533).

La Narratología importa aquí como “la teoría de los textos narrativos” (**Bal**, 1987, p. 11), que busca una descripción del sistema narrativo y, sobre esta base, logra analizar las variaciones posibles cuando el sistema en cuestión se concreta en textos narrativos diversos. Esta disciplina aporta el concepto de ‘paratexto’ (**Genette**, 1962), entendido como el texto subordinado al texto principal, que incluye el ‘paratexto icónico’ (**Arnoux**, 1994), en alusión a otro tipo de signos gráficos. Se considera un área de reflexión teórico-metodológica autónoma y conectada con la Semiótica desde la teoría semántica (**Reis**; **Lopes**, 2002), que analiza los significados internos y externos de la narración.

Existen claros precedentes de la aplicación de la Semiótica y de la Narratología en el estudio de fenómenos comunicativos diversos, lo que **Barthes** (1971) denomina como ‘translingüística’, y que ha llegado al ámbito mediático, a partir de los años 1960 con el referente de **Umberto Eco** (1968), quien considera el estudio de la comunicación de masas como

“uno de los más importantes de la Semiótica general” (**Eco**, 1972, p. 26).

El estudio de la comunicación se aproxima a la Semiótica con el análisis de los mensajes de la radio, la televisión, la fotografía o la publicidad (**De-Moragas**, 1980) y se recurre al eje tridimensional semiótico (sintaxis-semántica-pragmática) para el estudio discursivo de la Teoría de la Comunicación (**Santaella**, 2001), la televisión (**Andacht**, 2013), las ‘audiencias semióticas’ (**Schröder**, 1994) o la semiótica social (**Jensen**, 1995).

Desde la perspectiva de la Narratología, el análisis interdiscursivo y la descripción de un nuevo sistema narrativo en los medios se traspa al llamado

“discurso digital, que es de carácter multimedial y contiene elementos visuales y acústicos, y elementos lingüísticos y no lingüísticos” (**Albaladejo**, 2011, p. 15).

Ese discurso aporta nuevas perspectivas al campo transdisciplinar que nos ocupa, desde dos vertientes: la interactividad y la narrativa.

En primer lugar, se desarrollan estudios que conectan los lazos de la Teoría Literaria y la nueva textualidad del hipertexto informático (**Landow**, 1995). Una nueva interacción que empuja a reconfigurar la escritura y la lectura, teniendo en cuenta la tecnología, la retórica y la recepción que generan una ‘galaxia de discursos’ en la que se ha de prestar más atención al auditorio amplio, pero no inabarcable (**Albaladejo**, 2001; 2011). Un cambio que permite desarrollar el estudio de la sintaxis, el significado y la interpretación aplicada al software de la interfaz para garantizar la usabilidad y redirigir eficazmente la interacción (**Scolari**, 2004), acompañada de la alfabetización digital de la audiencia (**Tyner**, 2008).

Y, en segundo lugar, la tecnología permite el desarrollo de una nueva narrativa que renueva la construcción del relato periodístico y redirige las investigaciones hacia la sintaxis, la composición y la retórica multimedia (**Engebretsen**, 2000; **Anichini**, 2003; **Díaz-Noci**; **Salaverría**, 2003). Su estudio se enmarca dentro de la llamada arquitectura narrativa o ‘arqueología de la composición’ (**Manovich**, 2005), que analiza su construcción y sus elementos (**Paul**; **Fiebich**, 2003), como parte de una ‘narrativa postmoderna’ interpretada en el contexto de una cultura postmoderna (**Fulton**, 2005).

En este amplio contexto, el objetivo de esta investigación es presentar la descripción de un sistema narrativo periodístico multimedia a partir de un marco teórico y conceptual basado en el eje tridimensional semiótico de la sintaxis-semántica-pragmática, trasladable a un modelo multimedia de ideación-composición-recepción. Nos preguntamos, en esencia, cómo se establecen las conexiones sintácticas y semánticas de los elementos multimedia que aportan coherencia al relato, cuál es el nuevo rol del periodista/autor y del receptor/coautor en la narrativa periodística multimedia, entendida como un proceso colectivo y abierto, desde que es ensamblada por el periodista hasta que el usuario la navega.

2. Metodología hipotético-deductiva y transdisciplinar

La investigación transdisciplinar recurre a una metodología hipotético-deductiva, que parte de un posicionamiento teórico “producto de experiencias anteriores, ideas innatas, conocimiento ordinario, etc.” (**Visauta**, 1989, p. 58).

Se aplica un método lógico que permite analizar una realidad desde modelos teóricos para

“poner a prueba nuestras impresiones, opiniones o conjeturas, examinando las mejores evidencias disponibles a favor y en contra de ella” (Cohen; Nagel, 1968, p. 25).

Se recurre, así, a una metodología cualitativa, basada en el modelo interactivo de investigación –*Interactive Model of Research Design*–, propuesto por Maxwell (1998), en el que desde las cuestiones de investigación se deriva la propuesta, el contexto, los métodos y la validación posterior del modelo teórico. Siguiendo al mismo autor, esta propuesta metodológica facilita el desarrollo de un marco conceptual para explicar, de manera gráfica o narrativa, las principales categorías o conceptos que se someten a estudio y la presumible relación entre ellos para establecer una

“teoría tentativa de lo que está ocurriendo” (Maxwell, 1998, p. 77).

La interrelación de la narrativa periodística multimedia con la Semiótica y la Narratología se realiza desde un enfoque transdisciplinar que

“no trata sólo de combinar diversas metodologías en el trabajo de análisis, sino crear con esta variedad de aproximaciones un espacio de reflexión teórico-metodológica desde donde el objeto discursivo se observe y, sobre todo, se interprete con nueva luz” (Pujante; Morales-López, 2012, pp. 5-6).

Una visión que parte aquí de las bases teóricas de la Semiótica pragmática, desde el estudio de los signos y significados, y de la Narratología, centrada en describir sistemas narrativos para el análisis intertextual e interdiscursivo del relato periodístico multimedia. La investigación toma como base el ‘eje tridimensional’ de Pierce, desarrollado por Morris (1938) y Bobes-Naves (1989), con el fin de trasladarlo a un modelo semiótico-narratológico multimedia, que permita describir la narrativa periodística integrada.

Se busca así una descripción de un sistema narrativo que, cómo señala Barthes (1974), sólo es posible desde la deducción, partiendo de un modelo hipotético, para lograr

“extraer de la anarquía aparente de los mensajes un principio de clasificación y un foco de descripción” (Barthes, 1974, p. 10).

De esta manera, a partir de la observación y ejemplificación, se ofrece un modelo semiótico-narratológico multimedia que no debe entenderse, coincidiendo con Bal (1987), como ‘una máquina’ de análisis narrativo sistemático y cerrado, sino como un conjunto de herramientas conceptuales, para la delimitación teórica y validación empírica posterior aplicada a relatos periodísticos multimedia concretos en investigaciones posteriores.

3. Modelo teórico para la narrativa periodística multimedia

La combinación del modelo teórico de la Semiótica pragmática y de la Narratología permite analizar la intertextualidad del relato multimedia como una relación de nodos sintácticos y semánticos que transforma el relato internamente, según su composición, pero también externamente, según su recepción. Para el desarrollo conceptual de un modelo multimedia se parte aquí del ‘eje tridimensional’ que propone Morris (1938) en su *Foundations of the Theory of Signs*: sintaxis (signos y unidades); semántica (significados); pragmática (interpretación).

Esta tríada ha resultado ser el modelo analítico más aceptado, aun con las reconocidas limitaciones de su aplicación, y que más tarde ha desarrollado Bobes-Naves (1989) en un segundo eje aplicable al acto comunicativo desde la visión de los sujetos, los signos y las circunstancias. Ambas propuestas sirven de base para el desarrollo de un eje tridimensional multimedia centrado en tres categorías (Figura 1): ideación-composición-recepción.

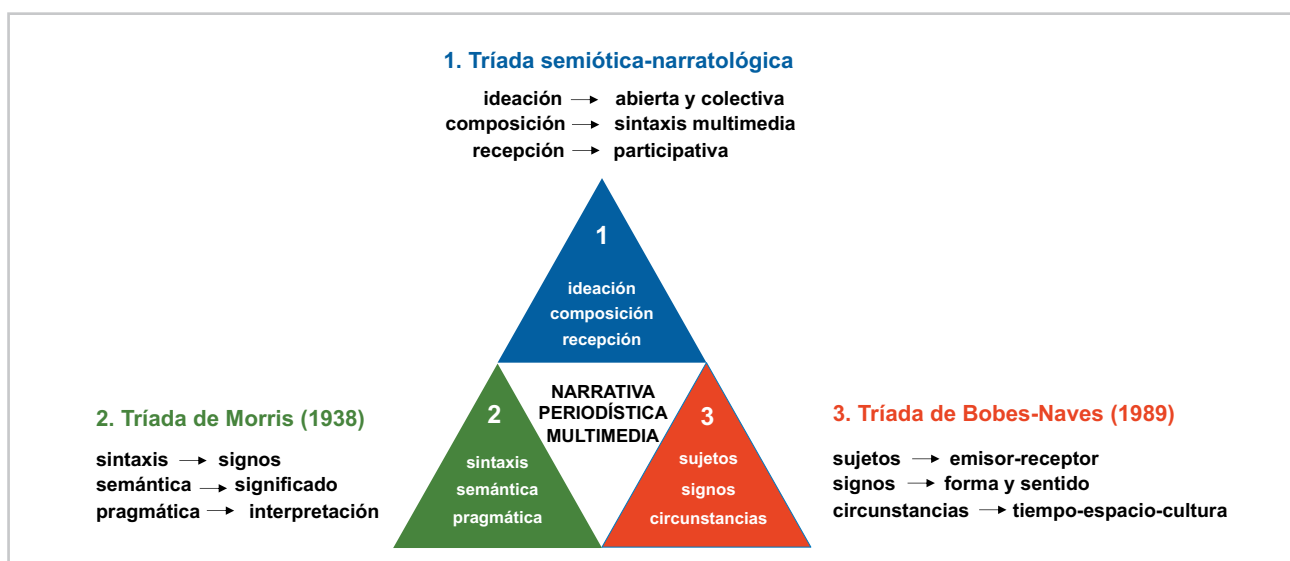


Figura 1. Modelo semiótico-narratológico para la narrativa periodística multimedia

A la vista está que la tríada que aquí se propone posee indisimuladas resonancias retóricas. Se corresponde, en efecto, con las tres primeras fases de la Retórica definidas por Quintiliano (Pujante, 1996) —*inventio*, *dispositio* y *elocutio*—, aquellas centradas en la estructuración del discurso. A esas tres fases, el retórico hispanorromano sumaba la ‘memoria’ y la ‘actio’, elementos menos relevantes para nuestro modelo, por tratarse de aspectos vinculados específicamente al acto oratorio.

El modelo semiótico-narratológico propuesto permite describir y analizar el ‘reportaje hipermedia’ (Larrondo, 2009), entendido como una conversación textual (Scolari, 2004) desde que se elabora —ideación y composición—, hasta que se navega —recepción e interpretación—. Se trata de un modelo aplicable a otro tipo de narrativas multimedia, pero que aquí se circunscribe al relato periodístico, deconstruido en tres partes principales, que se desarrollan en los siguientes apartados: la ideación abierta y colectiva, la sintaxis multimedia, y la recepción participativa. Una propuesta que se desarrolla de manera teórica y apoyada en ejemplos narrativos, como punto de partida conceptual.

3.1. Ideación: abierta y colectiva

El relato periodístico hipermedia exige del autor, como compositor periodístico-digital, una nueva

“competencia lingüístico-comunicativa y competencia técnica del uso comunicativo y social del lenguaje” (Albaladejo, 2011, p. 16).

Requiere nuevas habilidades que, a su vez, empujan a redefinir el rol del autor en una narrativa que se caracteriza por ser una obra colectiva y abierta. Así, la descripción y análisis del relato multimedia puede realizarse también desde el papel del autor: a) como autor responsable con diferentes perfiles, y b) como coautor de una obra colectiva.

Siguiendo a Maingueneau (2009), entendemos por autor responsable (*auteur-répondant*) al compositor de la obra desde su enfoque y materialización, al artífice último de la *inventio* retórica. Puede ser individual o colectivo, y su análisis permite determinar diferentes perfiles profesionales: especializados o polivalentes. Su elección determina el resultado final y marca una rutina profesional renovada, principalmente porque supone un trabajo intemporal y de equipo. En general, un reportaje hipermedia necesita diferentes perfiles profesionales especializados, tales como redactores, fotógrafos, cámaras, editores de imágenes, infógrafos, etc., transformados en perfiles emergentes que manejan grandes cantidades de datos, facilitan su visualización, manejan el software y las redes sociales. Sin embargo, la realidad también refleja el predominio del perfil multitarea (figura 2)³ del autor-periodista que asume múltiples roles, frente al trabajo en un equipo semipermanente (figura 3 y figura 4)⁴. Una opción u otra influye así en el modelo de negocio, el perfil periodístico y el resultado narrativo multimedia.



Figura 2. “Décimo aniversario del 11M”. *El país*, 11 marzo 2014.
<https://goo.gl/u4ByJy>

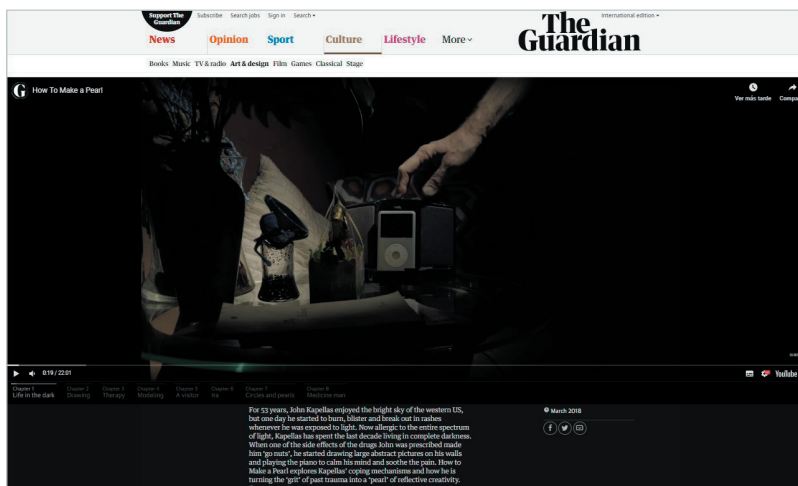


Figura 3. “How to make a pear”. *The guardian*, 2 de marzo de 2018.
<https://goo.gl/93PP3s>

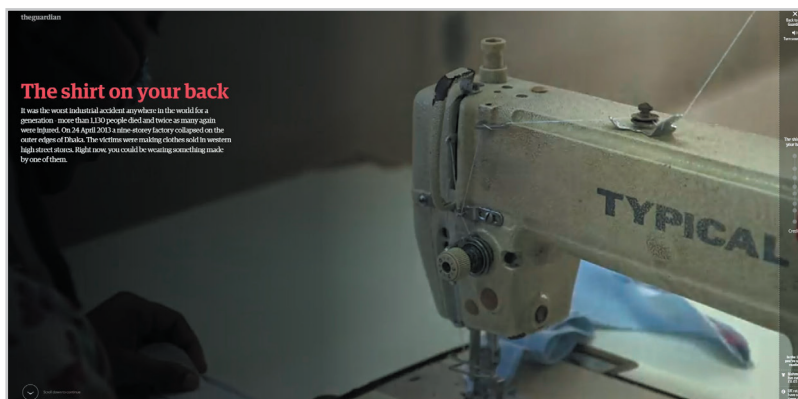


Figura 4. “The shirt on your back”. *The guardian*, 16 de abril de 2014.
<https://goo.gl/tidzbY>

Aunque el autor sigue presente en la pieza periodística, ésta no estará completa sin la interpretación del receptor, como ocurre con una novela o un cuadro. Siguiendo los postulados de la Semiótica pragmática, el usuario del contenido periodístico multimedia se convierte en coautor de una obra abierta y colectiva. Adquiere total protagonismo la recepción interactiva y, por tanto, la cultura, las circunstancias y la relación espacio temporal que intervienen en la interpretación del relato,

“como una red de conexiones semánticas que el lector ensambla sustituyendo al autor” (Anichini, 2003, p. 22).

De ahí que se hable de ‘la muerte del autor’, porque el sentido final de su relato depende de la interpretación del usuario que da lugar al concepto narratológico de la ‘galaxia de significantes’ (Barthes, 1970) o, en el ámbito digital, a la ‘galaxia de discursos’ (Albaladejo, 2011).

En el contexto digital, se amplifica este poder del coautor final, que decide la ruta de la navegación a través de los hiperenlaces y elementos del multilinguaje. Así,

“lo que antes había sido un proceso mental individual, se volvió parte de la esfera pública” (Manovich, 2005, p. 108).

En esta idea de autoría colectiva, el periodista

“deja su rol principal de artífice del proceso creativo y se pasa al secundario de editor del texto” (Anichini, 2003, p. 21).

Sin embargo, a pesar de esta ‘muerte’ semiótica y pragmática del autor, cabe destacar cómo la narrativa periodística multimedia integrada requiere más que nunca del cuidado del punto de vista del narrador, la mirada, la huella, y el enfoque de un autor-periodista comprometido, con criterio periodístico. La recuperación de su protagonismo en el sentido final del relato dependerá de su eficacia en la composición, de la creatividad narrativa y de la usabilidad en el diseño de la ruta navegable. De esta manera se logra conexión eficaz entre el sentido que busca el autor responsable y el significado que otorga el coautor final, dentro de la galaxia de discursos de la recepción interactiva.

3.2. Composición: sintaxis multimedia

El concepto de “sintaxis multimedia” (Salaverría, 2014) se relaciona con la “sintaxis hipertextual” (Díaz-Noci; Salaverría, 2003) o “gramática hipertextual” (Llombart, 1998). Su análisis semiótico implica

“la identificación de unidades formales y la determinación de las normas que rigen su integración en unidades superiores” (Bobes-Naves, 1989, p. 83).

A su vez, desde la Narratología, supone analizar diferentes niveles lingüísticos (Barthes, 1974), con los que se construye el relato en una relación de jerarquía, donde existe correlación entre sus partes para que el conjunto adquiera sentido integrado en una unidad superior.

En la narrativa periodística multimedia existe una combinación de diferentes códigos lingüísticos que conforman un “macrodiscurso digital” (Albaladejo, 2011), estableciendo concordancia de hiperenlaces y de códigos lingüísticos diferenciados —textos, sonidos, fotografías, vídeos, ilustraciones, música, efectos—. Se trata de una sintaxis polifónica entendida como un conjunto de unidades multilingüísticas independientes y con entidad propia que, a su vez, forman parte de una sintaxis multimedia armónica a través de nodos, nexos y redes. En el modelo semiótico-narratológico multimedia que se desarrolla aquí, se propone el análisis de la composición desde dos enfoques: 1) la sintaxis previa de las ideas jerarquizadas a través de un mapa cognitivo; 2) la coherencia interna y externa de los elementos multimedia.

En primer lugar, la sintaxis previa de las ideas representa el esbozo de una sintaxis gramatical y multilingüística. Forma parte de la pre-escritura, del ‘texto pensado’ (Anichini, 2003), donde se desarrolla el ‘mapa cognitivo’ del relato que ayuda tanto a su composición como a su deconstrucción en tres fases:



Figura 5. “One Family’s Story of Deportation to Mexico”. *The New York Times*, 1 de noviembre de 2018.

<https://www.nytimes.com/2018/11/01/lens/family-story-deportation-mexico.html>



Figura 6. “Escuchar la Antártida”. *Revista Anfibia*, febrero 2016.

<https://goo.gl/DoAhsD>

a) idea central: fase de generación de ideas relacionada con el abandono creativo en busca de ideas centrales y creatividad en el enfoque periodístico y su visualización;

b) jerarquización de ideas para la escritura: fase de conexión jerárquica, partiendo de ‘un racimo asociativo de ideas’ a partir de una idea-guía y palabras; y clave que generan un primer guion del enfoque principal y los complementarios;

c) guion del contenido: fase que desarrolla la trama o hilo discursivo a modo de guion del contenidos surgido a través de la analogía, contrarios, causas, consecuencias, precedentes, generalización, ejemplos, etc.; su elaboración constituye un diario de a bordo, el *storyboard*.

El segundo enfoque de la composición se centra en la coherencia sintáctica y semántica entre los diferentes elementos multimedia, que pueden guardar una relación de yuxtaposición, integración o subordinación (Salaverría, 2014). Su relación interdiscursiva requiere complementariedad y no redundancia, dos requisitos que se alcanzan mediante la coherencia intertextual que marca la integración o subordinación de los elementos lingüísticos entre sí. Esta interrelación se concibe en la Narratología como la tensión entre texto y paratexto, referida por Scolari (2004), o lo que es lo mismo, entre el elemento multimedia principal y los subordinados, que aportan significado o pueden crear sentidos imprevistos.

El análisis del relato multimedia puede realizarse desde cuatro tipos de coherencia interna semiótica (Bobes-Naves, 1989), trasladables a la macroestructura multimedia periodística:

- coherencia gramatical o de superficie textual, aplicable a la literalidad, a la redacción misma
- coherencia global, referida a la lógica subyacente del relato que facilita la comprensión (de lo particular a lo general y viceversa)
- coherencia pragmática, la unidad del conjunto para facilita la interpretación posterior
- coherencia interna, mediante la agrupación de campos semánticos similares que aporta homogeneidad.

El análisis semiótico de la coherencia del multilinguaje permite describir un sistema narrativo en el que se establecen jerarquías en el relato periodístico. De esta forma, un reportaje hipermedia puede ofrecer una sintaxis multimedia equilibrada respecto al predominio de los diferentes multilinguajes o, por el contrario, puede primar uno de los códigos lingüísticos, destacando por ejemplo lo audiovisual, lo sonoro o lo gráfico sobre el resto de elementos, o viceversa (Figura 5, Figura 6, Figura 7 y Figura 8)⁵. Esta coherencia interna permite el resto de las coherencias citadas: la textual, referida al enfoque global deductivo o inductivo; la que facilita la comprensión unitaria al receptor, y la que ofrece homogeneidad interna. Al mismo tiempo,

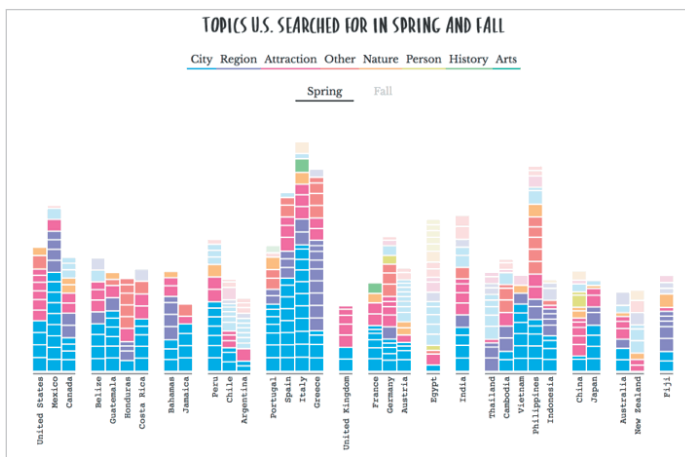
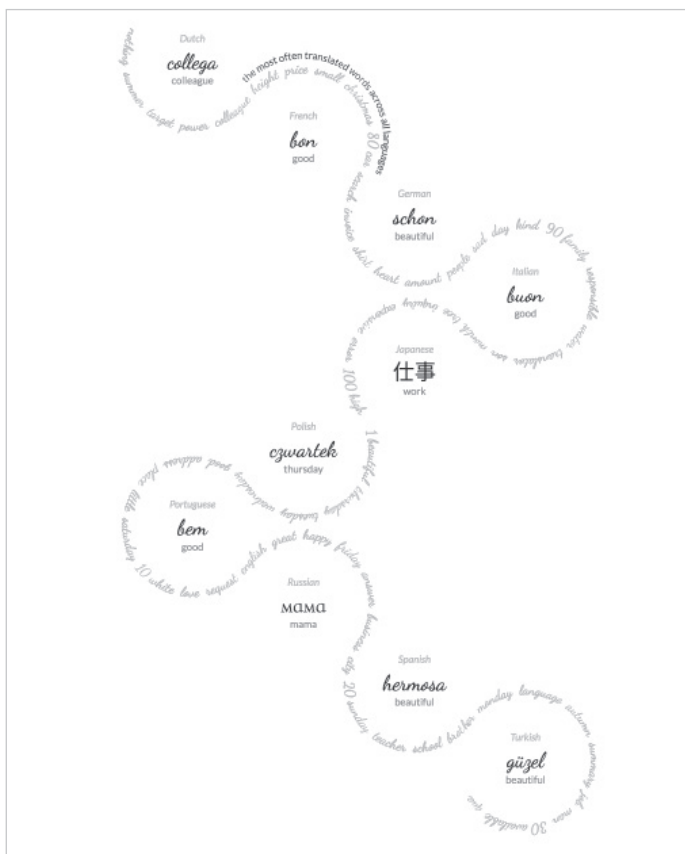


Figura 7. “Data needs empathy to make it real”. Simon Roger’s website, abril 2017. <https://simonrogers.net/2017/04/25/data-needs-empathy-to-make-it-real>

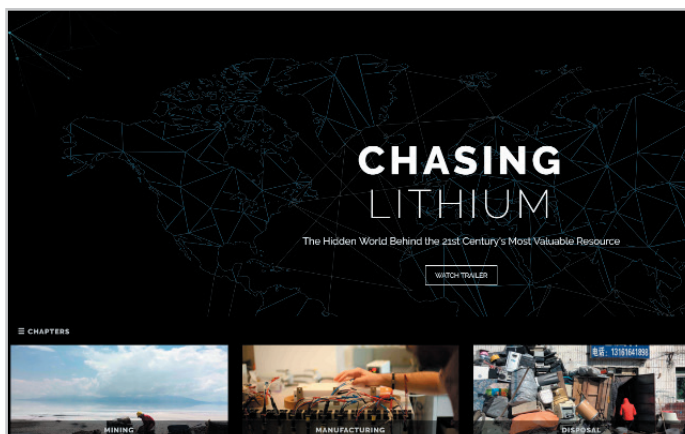


Figura 8. “Chasing Lithium”. University of Berkeley, May 10, 2015. <https://goo.gl/QG1wQW>

cabe analizar la propia coherencia interna de cada elemento del multilinguaje como unidad autónoma dentro de un conjunto, de manera que la coherencia subyace igualmente en un 'sintagma visual' (Eco, 1972), gráfico o en un entramado de hiperenlaces, por ejemplo. En definitiva, las coherencias interna y externa del relato permiten describir la composición multimedia en su conjunto.

3.3. Recepción: participativa

La visión pragmática confirma que el relato adquiere un sentido completo cuando se pasa de la forma al significado, de la visión del conjunto al sentido que aporta el receptor condicionado por significados culturales y de contexto (Bobes-Naves, 1989), y que ha sido analizada como la 'estética de la recepción' (Jauss, 1986), donde el usuario-lector adquiere todo el protagonismo. Desde esta visión, la Narratología analiza cómo se busca influir en el receptor, cómo modificar sus valores o conductas, lo que revela "la capacidad de acción del relato" (Reis; Lopes, 2002, p. 211). Esta idea se incardina en los estudios de psicología positivista aplicados al periodismo constructivo (McIntyre; Gyldensted, 2017), que reflejan una mayor conexión, actividad y acción en los receptores cuando se les expone a un periodismo profundo de contexto y de soluciones (Albeanu, 2014).

El 'nuevo lector' (Fernández-Rodríguez, 2002), que surge especialmente desde el desarrollo del hipertexto, redefine y refuerza su rol a través de la interacción digital y la 'lectura multidireccional' (Scolari, 2004). Aquí es donde la interactividad participativa afecta profundamente a la composición como la característica verdaderamente innovadora de la nueva textualidad (Anichini, 2003).

Referirse a la interactividad en los medios digitales puede considerarse una tautología, puesto que es la propiedad más básica de los ordenadores. Sin embargo, la importancia de la interactividad no radica tanto en apretar uno u otro botón, o en accionar un enlace, sino en la 'interacción psicológica' (Manovich, 2005). Es decir, no importa tanto el objeto interactivo —como icono—, sino lo que persuade al lector de usarlo. Es ese tipo de interacción la que

"implica completar lo que falta, la formación de hipótesis, de recuerdo y de identificación que necesitamos para comprender cualquier tipo de texto o de imagen, y que son erróneamente identificados con una estructura de enlaces interactivos, de existencia objetiva" (Manovich, 2005, p. 105).

Una visión cognitivista que invita a tener en cuenta en la composición, la importancia del proceso mental activo en la recepción y, por lo tanto, a cuidar la estructura sintáctica y semántica de la interacción desde el inicio del reportaje.

En este sentido, los elementos de la narrativa digital están muy relacionados con la interacción que generan y que Nora Paul y Christine Fiebich (2004) ya resumieron en cinco elementos que permiten analizar la interactividad:

- el multilinguaje del medio;
- la acción que se requiere o no al usuario;
- la relación del usuario con el contenido;
- el contexto que rodea al receptor;
- la comunicación que se establece finalmente.

En esta perspectiva encaja la 'gramática de la interacción' (Scolari, 2004), que consiste en interrelacionar elementos textuales y no textuales que, además de facilitar la navegación-interacción, cumplen una función de dirigir la lectura, modelar la comprensión y controlar la interpretación final. Es decir, a la coherencia del texto y de los elementos multimedia añaden la coherencia de la interacción, que igualmente requiere de un guion previo, un diseño de secuencias operativas o interactivas.

"Cuando los objetos han sido bien diseñados, la *affordance* —las acciones que el usuario percibe que puede hacer— funciona como dispositivo de seducción, un tipo especial de invitación a la interacción muy difícil de rechazar" (Scolari, 2004, p. 138).

Puede ser una gramática interactiva sencilla —texto/hipertexto— o compleja, en el sentido de que la interactividad se convierte en elemento central del relato (Figura 9)⁶.

El receptor-intérprete es, finalmente, quien decide la ruta navegable (Díaz-Noci; Salaverría, 2003). En su elección influye, en primer lugar, la propia accesibilidad del relato digital, obligado a evitar toda desorientación e ingravidez (Fernández-Rodríguez, 2002). También es clave la competencia digital para la recepción; como advierte Eco (2012), la brecha tecnológica puede convertirse en brecha interpretativa que propicie una recepción críti-



Figura 9. "Rebuilding Haiti". Rue 89, 2014.
<https://goo.gl/WvZa73>

ca o acrítica. En este sentido, para garantizar la correcta recepción e interpretación del discurso, el compositor de la obra multimedia deberá considerar el nivel de competencia tecnológico-lingüística del usuario (Albaladejo, 2011), creando un contenido multimedia basado en una estructura ordenada⁷ y con coherencia sintáctica-semántica y pragmática.

4. Discusión y conclusiones

La narrativa periodística multimedia constituye uno de los grandes desafíos profesionales e innovadores para los medios de comunicación del siglo XXI. La heterogeneidad de esta narrativa, objeto de constante experimentación, supone un factor diferenciador entre los cibermedios y, al mismo tiempo, una limitación para su análisis empírico. De ahí la importancia de seguir explorando conceptualizaciones teóricas y modelos como los que propone esta investigación. En ella se ha descrito un modelo teórico, basado en la Semiótica y la Narratología, que pretende ser útil para el análisis posterior de obras periodísticas multimedia.

Esta visión transdisciplinar confirma que es factible trasladar el eje tridimensional semiótico de la sintaxis-semántica-pragmática (Morris, 1938; Bobes-Naves, 1989) a un modelo multimedia semiótico-narratológico basado en la ideación-composición-recepción. Este eje tridimensional se convierte en un modelo descriptivo narratológico aplicable a contenidos periodísticos heterogéneos de la narrativa hipermedia, puesto que está constituido por elementos permanentes, capaces de dar cuenta de las novedades narrativas más innovadoras.

Coincidiendo con la pragmática posestructuralista, las características principales que describen la narrativa periodística multimedia integrada —entendida como la que integra todas las gramáticas posibles (Scolari, 2004)— se pueden concretar, a modo de conclusión, en cuatro rasgos descriptivos (véase figura 1):

- un proceso de composición y recepción abierto y colectivo, que implica un nuevo rol del escritor y del lector;
- una coherencia en la sintaxis polifónica, tanto de contenido como de interacción;
- una ‘muerte del autor’ a causa del proceso colectivo de composición e interpretación, si bien el periodista sigue teniendo una presencia decisiva por ser quien aporta el enfoque periodístico;
- una recepción interactiva, eje vertebral de la narrativa periodística multimedia.

Este modelo semiótico-narratológico pone el énfasis en la interpretación e interactividad, dando lugar a una coautoría sintáctica y semántica que empuja a redefinir los roles de autor y usuario. El proceso de creación y recepción multimedia requiere de nuevas competencias lingüístico-digitales (Albaladejo, 2011), en virtud de las cuales el autor queda obligado a cuidar de la coherencia de la sintaxis multimedia, desde el mapa cognitivo previo de las ideas (Anichini, 2003), hasta la coherencia interna y externa de los elementos (Engebretsen, 2000). La obra colectiva se funda en el enfoque y la navegabilidad efectiva otorgadas por el autor pero, al mismo tiempo, es el receptor —dotado de nuevas competencias digitales— quien se convierte en coautor gracias a sus elecciones más decisivas en la fase de navegación.

La eficacia de la composición modular contribuirá a la economía de la lectura digital (Scolari, 2004) si facilita la comprensión y la rapidez de acceso en la ruta navegable que decide el receptor, lo que Manovich (2005) denomina gráficamente como “pegajosidad”. Y todo ello, sin perder de vista que el objetivo del nuevo relato periodístico multimedia, como elemento diferenciador de los cibermedios, va más allá de proporcionar información correcta y relevante,

“también debe emocionarnos, inspirarnos, provocarnos y alimentar nuestros horizontes democráticos diarios” (Dahlgren, 2012, p. 195-196).

Debe promover, en definitiva, el pensamiento-acción que da sentido al periodismo de calidad: el conocimiento e interpretación veraz de la realidad.

En cualquier caso, el sistema semiótico-narratológico multimedia descrito en este artículo no constituye una herramienta de aplicación sistemática y cerrada, sino un modelo que permite la descripción conceptual de la narrativa periodística hipermedia y heterogénea para futuros análisis empíricos concretos.

5. Notas

1. Véase el proyecto “Tortoise” basado en el concepto *slow journalism*:
<https://goo.gl/fN1Y6j>

Y véase el proyecto español 5W lanzado en 2015. Constituye en sí mismo un nuevo modelo de emprendimiento periodístico, un laboratorio de narrativas periodísticas multimedia, y una innovadora estructura de redacción:
<https://goo.gl/cV4ka5>

2. “Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek”. *The New York Times*, December 2012.
<https://goo.gl/7KunQi>

3. Reportaje multimedia con fotografía, texto y gráficos como eje: “Décimo aniversario del 11M”. *El país*, 11 marzo 2014 (figura 2).
<https://goo.gl/u4ByJy>

4. Reportajes de equipo con perfiles especializados: “How to make a pear”. *The Guardian*, March 2, 2018 (figura 3).
<https://goo.gl/93PP3s>

y “The shirt on your back”. *The Guardian*, April 16 2014 (figura 4).

<https://goo.gl/tidzby>

5. Cuatro ejemplos de reportajes multimedia diferenciados por sus elementos de composición predominantes:

- la fotografía como protagonista multimedia: “One family’s story of deportation to Mexico”. *The New York Times*, Nov. 1, 2018 (figura 5).

<https://www.nytimes.com/2018/11/01/lens/family-story-deportation-mexico.html>

- el sonido como protagonista: “Escuchar la Antártida”. *Revista Anfibia*, febrero 2016 (figura 6).

<https://goo.gl/DoAhsD>

- la infografía como hilo conductor e innovador: “Data needs empathy to make it real”. *Simon Roger’s website*, April 2017 (figura 7).

<https://simonrogers.net/2017/04/25/data-needs-empathy-to-make-it-real>

- con el vídeo como eje narrativo: “Chasing lithium”. *University of California, Berkeley*, May 10, 2015 (figura 8).

<https://goo.gl/QG1wQW>

6. Ejemplo de reportaje de máxima interacción con el receptor que simula un videojuego para poner al lector frente a una realidad. “Rebuilding Haiti”. *Rue 89*, 2014 (figura 9).

<https://goo.gl/WvZa73>

7. Ejemplo de reportaje conmemorativo e intemporal con múltiples recorridos a elección del receptor: “After 6/4”. *SBS Online*, June 2014.

<https://goo.gl/XrPb2N>

6. References

Albeanu, Catalina (2014). “How constructive journalism can offer a more positive approach to news”. *Journalism.co.uk*, August 15th.

<https://bit.ly/2lth5Pk>

Albaladejo, Tomás (2001). “Retórica, tecnologías, receptores”. *Logo. Revista de retórica y teoría de la comunicación*, n. 1, pp. 9-18.

<http://www3.ubu.es/blogubuabierto/wp-content/uploads/2014/07/T.Albaladejo.-Ret%C3%B3rica-tecnologias-receptores.pdf>

Albaladejo, Tomás (2011). “Accesibilidad y recepción en el discurso digital: la galaxia de discursos desde el análisis interdiscursivo”. In: Vilches, Fernando (coord.). *Un nuevo léxico en la red*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos, pp. 15-28. ISBN: 978 84 9982 000 2

Alvarado, Maite (1994). *Paratexto*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

<https://goo.gl/rX5wQD>

Andacht, Fernando (2013). “¿Qué puede aportar la semiótica triádica al estudio de la comunicación mediática?”. *Galaxia*, n. 25, pp. 24-37.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641251002>

Anichini, Alessandra (2003). *Testo scrittura editoria multimediale*. Milano: Apogeo Education. ISBN: 978 88 503 2090 5

Bal, Mieke (1987). *Teoría de la narrativa (Una introducción a la narratología)*. Madrid: Cátedra. ISBN: 84 376 0504 0

Barthes, Roland (1970). *S/Z*. Paris: Éditions du Seuil. ISBN: 2020043491

Barthes, Roland (1971). *Elementos de la semiología*. Madrid: Serie B. ISBN: 84 7053 005 4

Barthes, Roland (1974). “Introducción al análisis estructural del relato”. En: Barthes, Roland; Greimas, A. J.; Bremond, Claude; Gritti, Jules; Morin, Violette; Metz, Christian; Todorov, Tzvetan; Genette, Gérard. *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo, pp. 9-44.

<https://clea.edu.mx/biblioteca/Barthes%20Roland%20-%20Análisis%20Estructural%20Del%20Relato.pdf>

Bobes-Naves, María-del-Carmen (1989). *La semiología*. Madrid: Editorial Síntesis. ISBN: 978 84 77380634

Caple, Helen; Knox, John S. (2012). “Online news galleries, photojournalism and the photo”. *Visual communication*, v. 11, n. 2, pp. 207-236.

<https://doi.org/10.1177/1470357211434032>

Casero-Ripollés, Andreu (2010). “Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia”. *El profesional de la información*, v. 19, n. 6, pp. 595-601.

<https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.05>

Cohen, Morris; Nagel, Ernest (1968). *Introducción a la lógica y al método científico*. Buenos Aires: Amorrortu. ISBN: 950 518 002 0

- Cover, Rob** (2006). "Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history". *New media & society*, v. 8, n. 1, pp. 139-158.
<https://doi.org/10.1177/1461444806059922>
- Dahlgren, Peter** (2012). "Paisaje mediático cambiante y participación política". En: De-Moragas, Miguel; Beale, Ashley; Dahlgren, Peter; Eco, Umberto; Fitch, Tecumseh; Gasser, Urs; Majó, Joan. *La comunicación: de los orígenes a internet*. Barcelona: Gedisa, pp. 179-210. ISBN: 978 84 9784 732 2
<https://bit.ly/1qUF92i>
- De-Moragas, Miguel** (1980). *Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Península. ISBN: 84 29711643
- Delany, Paul; Landow, George P.** (eds.) (1995). *Hypermedia and literary studies*. Cambridge, MA: The MIT Press. ISBN: 978 0 262041195
- Derrida, Jaques** (1971). *De la gramatología*. Buenos Aires: Siglo XXI. ISBN: 968 23 0182 3
<http://eltalondeaquiles.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/05/derrida-jacques-de-la-gramatologia-compressed.pdf>
- Deuze, Mark** (2003). "The Web and its journalism: Considering the consequences of different types of newsmedia online". *New media & society*, v. 5, n. 2, pp. 203-230.
<https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>
- Díaz-Noci, Javier** (2009). "Multimedia y modalidades de lectura: una aproximación al estado de la cuestión". *Comunicar*, n. 33, pp. 213-219.
<https://doi.org/10.3916/c33-2009-03-013>
- Díaz-Noci, Javier; Salaverría, Ramón** (2003). "Hipertexto periodístico: teoría y modelos". En: Díaz-Noci, Javier; Salaverría, Ramón (coords.). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, pp. 81-139. ISBN: 978 84 344 1297 2
- Domingo, David; Salaverría, Ramón; Aguado, Juan-Miguel; Cabrera, María-Ángeles; Edo, Concha; Masip, Pere; Meso, Koldobika; Palomo, Bella; Sádaba, Charo; Orihuela, José-Luis; Portilla, Idoia; Díaz-Noci, Javier; Larrañaga, José; Larrondo, Ainara; López-García, Xosé; Pereira, Xosé; Gago, Manuel; Otero, Marita; Fernández-Rivera, Celia; Alonso, Jaime; Rojo, Pedro-Antonio; López-García, Guillermo; Iglesias, Mar; Álvarez-Marcos, José; García-Avilés, José-Alberto; Giménez-Toledo, Elea** (2004). "Four dimensions of journalistic convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain". In: *8th Intl symposium on online journalism*. Austin, Texas, March 30-31.
<https://dadun.unav.edu/handle/10171/5114>
- Eco, Umberto** (1968). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Editorial Lumen. ISBN: 978 84 97933865
- Eco, Umberto** (1972). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona: Editorial Lumen. ISBN: 84 264 1076 6
- Eco, Umberto** (2012). "De internet a Gutenberg". En: De-Moragas, Miguel; Beale, Ashley; Dahlgren, Peter; Eco, Umberto; Fitch, Tecumseh; Gasser, Urs; Majó, Joan. *La comunicación: de los orígenes a internet*. Barcelona: Gedisa, pp. 49-64. ISBN: 978 84 9784 732 2
- Engbretsen, Martin** (2001). "Hypernews and coherence". *Nordicom review*, v. 2, n. 2, pp. 209-225.
<https://pdfs.semanticscholar.org/58be/9b98c5244da9a38b8a65b808b3661d75a6cd.pdf>
- Fernández-Rodríguez, María** (2002). "Los nuevos lectores". *Tonos. Revista electrónica de estudios filológicos*, n. 4.
<https://www.um.es/tonosdigital/znum4/estudios/Ameliafernandez.htm>
- Forgacs, David** (2001). "Scenarios for the digital age: Convergence, personalization, exclusion". *Modern Italy*, v. 6, n. 2, pp. 129-139.
<https://doi.org/10.1017/S1353294400011935>
- Fulton, Helen** (2005). "Conclusion: Postmodern narrative and media". In: Fulton, Helen; Huisman, Rosemary; Murphet, Julian; Dunn, Anne. *Narrative and media*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 300-306. ISBN: 978 0 511811760
http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/Narrative_and_media.pdf
- García-Avilés, José-Alberto; Carvajal, Miguel** (2008). "Integrated and cross-media newsroom convergence: Two models of multimedia news production: The cases of Novotécnica and La verdad multimedia in Spain". *Convergence*, v. 14, n. 2, pp. 223-241.
<https://doi.org/10.1177/1354856507087945>
- García-Avilés, José-Alberto; Meier, Klaus; Kaltenbrunner, Andy; Carvajal, Miguel; Kraus, Daniela** (2009). "Newsroom integration in Austria, Spain and Germany". *Journalism practice*, v. 3, n. 3, pp. 285-303.
<https://doi.org/10.1080/17512780902798638>
- Genette, Gérard** (1962). *Palimpsestes*. Paris: Editions du Seuil. ISBN: 978 2 020189057
- Genette, Gérard** (1981). *Soglie. I dintorni del testo*. Torino: Einaudi. ISBN: 978 8 806115166

- Greimas, Algirdas-Julius; Courtes, Joseph** (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Editorial Gredos. ISBN: 978 84 24908515
- Güntert, Georges** (1990). "Vicisitudes de la semiótica y de la narratología en el ámbito del hispanismo internacional (1980/89)". *Epos. Revista de filología*, n. 6, pp. 533-543.
<https://doi.org/10.5944/epos.6.1990.9685>
- Hernández-Serrano, María-José; Renés-Arellano, Paula; Graham, Gary; Greenhill, Anita** (2017). "Del prosumidor al prodiseñador: el consumo participativo de noticias". *Comunicar*, n. 50, pp. 77-88.
<https://doi.org/10.3916/C50-2017-07>
- Idei, Noboyuku** (2002). "What happened to convergence?". In: Rice, John; McKerman, Brian (eds.). *Creating digital content*. Nueva York: McGraw-Hill, pp. xix-xxii. ISBN: 978 0 071377447
- Infotendencias Group* (2012). "Media convergence". In: Siapera, Eugenia; Veglis, Andreas (eds.). *The handbook of global online journalism*. Malden (MA, USA), Oxford (UK): Wiley-Blackwell, pp. 21-38. ISBN: 978 1 4443 3855 3
- Jacobson, Susan** (2010). "Emerging models of multimedia journalism: A content analysis of multimedia packages published on nytimes.com". *Atlantic journal of communication*, v. 18, n. 2, pp. 63-78.
<https://doi.org/10.1080/15456870903554882>
- Jauss, Hans-Robert** (1986). *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética*. Madrid: Taurus. ISBN: 978 84 306 2167 5
- Jensen, Klaus-Bruhn** (1995). *The social semiotics of mass communication*. London: SAGE Publications. ISBN: 978 0 803978096
- Kaltenbrunner, Andy; Meier, Klaus** (2013). "Convergent journalism-newsrooms, routines, job profiles and training". In: Diehl, Sandra; Karmasin, Matthias (eds.). *Media and convergence management*. Berlín: Springer, pp. 285-298. ISBN: 978 3 642 36162 3
https://doi.org/10.1007/978-3-642-36163-0_19
- Landow, George P.** (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós. ISBN: 84 49301866
- Larrondo, Ainara** (2009). "La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo". *Communication & society*, v. 22, n. 2, pp. 59-88.
http://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?art_id=317
- Larrondo, Ainara; Domingo, David; Erdal, Ivar-John; Masip, Pere; Van-den-Bulck, Hilde** (2016). "Opportunities and limitations of newsroom convergence. A comparative study on European public service broadcasting organisations". *Journalism studies*, v. 17, n. 3, pp. 277-300.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.977611>
- Lawson-Borders, Gracie L.** (2006). *Media organizations and convergence. Case studies of media convergence pioneers*. New Jersey: Lawrence Erlbaum. ISBN: 978 1 410617149
- Le-Masurier, Megan** (2015). "What is slow journalism". *Journalism practice*, v. 9, n. 2, pp. 138-152.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2014.916471>
- Lewis, Seth C.** (2015). Journalism in an era of big data. Cases, concepts, and critiques. *Digital journalism*, v. 3, n. 3, pp. 321-330.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976399>
- Llombart, Sílvia** (1998). *Bits o paper. Les conclusions del 1er Congrés de la publicació Electrònica*. Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya. ISBN: 84 93038431
- López-García, Guillermo** (2015). *Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio*. Salamanca: Comunicación Social. ISBN: 978 84 15544 93 7
- López-García, Xosé; Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel; Pereira-Fariña, Xosé** (2017) "Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual". *Comunicar*, n. 53, pp. 81-90.
<https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- López-García, Xosé; Toural-Bran, Carlos; Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel** (2016). "Software, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos". *El profesional de la información*, v. 25, n. 2, pp. 286-294.
<https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.16>
- Maingueneau, Dominique** (2009). "Auteur et image d'auteur en analyse du discours". *Argumentation et analyse du discours*, n. 3.
<https://journals.openedition.org/aad/660>

- Manovich, Lev** (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós Comunicación. ISBN: 978 84 49317699
- Maxwell, Joseph A.** (1998). "Designing a qualitative study". In: Bickman, Leonard; Rog, Debra (eds.). *Handbook of applied social research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 60-100. ISBN: 978 1 412950312
- McIntyre, Karen; Gyldensted, Catherine** (2017). "Constructive journalism: Applying positive psychology techniques to news production". *The journal of media innovations*, v. 4, n. 2, pp. 20-34.
<https://www.journals.uio.no/index.php/TJMI/article/view/2403>
- Morris, Charles W.** (1938). "Foundations of the theory of signs". In: Neurath, O. (ed.). *International encyclopedia of unified science*, v. 1, n. 2. Chicago: University of Chicago Press, p. 158.
<https://doi.org/10.2307/2267781>
- Napoli, Philip M.** (2010). "Revisiting 'mass communication' and the 'work' of the audience in the new media environment". *Media, culture & society*, v. 32, n. 3, pp. 505-516.
<https://doi.org/10.1177/0163443710361658>
- Paul, Nora; Fiebich, Christine** (2003). "Elements of digital storytelling: a taxonomy of terms and a lot of questions". In: Salaverría, Ramón; Sádaba, Charo (eds.). *Towards new media paradigms. II International conference of COST A20*. Pamplona: Eunat, pp. 137-150. ISBN: 84 7768 150 3
- Pujante, David** (1996). *El hijo de la persuasión: Quintiliano y el estatuto oratorio*. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos. ISBN: 978 84 89362703
- Pujante, David; Morales-López, Esperanza** (2012). "Discurso, análisis crítico y transdisciplinariedad". En: Salvador, Vicent (ed.). *L'ull despert. Anàlisi crítica dels discursos d'avui*. València: Edicions Tres i Quatre, pp. 81-104.
<https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/9930>
- Quandt, Thorsten; Singer, Jane B.** (2009). "Convergence and cross-platform content production". In: Wahl-Jorgensen, Karin; Hanitzsch, Thomas (eds.). *The handbook of journalism studies*. London: Taylor and Francis, pp. 130-144. ISBN: 978 1 315167497
- Reis, Carlos; Lopes, Ana-Cristina** (2002). *Diccionario de narratología*. Salamanca: Ediciones Almar. ISBN: 978 84 86408541
- Roca, Meritxell** (2008). "Rethinking entertainment. Entrevista a Marty Kaplan". *Trípodos*, n. 23, pp. 135-143.
<https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118924>
- Rosique-Cedillo, Gloria; Barranquero-Carretero, Alejandro** (2015). "Periodismo lento (*slow journalism*) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica". *El profesional de la información*, v. 24, n. 4, pp. 451-462.
<https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>
- Salaverría, Ramón** (2014). "Multimedialidade: informar para cinco sentidos". In: Canavilhas, João (org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, pp. 25-52. ISBN: 978 989 654 145 3
- Salaverría, Ramón; Negro, Samuel**. (2008). *Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90 Media. ISBN: 978 84 9820 954 9
- Sánchez-García, Pilar; Campos-Domínguez, Eva; Berrocal-Gonzalo, Salomé** (2015). "Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes". *Revista latina de comunicación social*, n. 70, pp. 187-208.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042>
- Santaella, Lucía** (2001). "¿Por qué la semiótica de Peirce es también una teoría de la comunicación?". *Cuadernos*, n. 17, pp. 415-422.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/cfhycs/n17/n17a24.pdf>
- Schrøder, Kim-Christian** (1994). "Audience semiotics, interpretive communities and the 'ethnographic turn' in media research". *Media, culture & society*, v. 16, n. 2, pp. 337-347.
<https://doi.org/10.1177/016344379401600208>
- Scolari, Carlos** (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 84 9784 061 5
- Scolari, Carlos A.; Micó-Sanz, Josep-Lluís; Navarro-Guere, Héctor; Pardo-Kuklinski, Hugo** (2008). "El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes". *ZER. Revista de estudios de comunicación*, v. 13, n. 25, pp. 37-60.
<http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3572>
- Tyner, Kathleen** (2008). "Audiences, intertextuality and new media literacy". *Comunicar*, n. 30, pp. 79-85.
<https://doi.org/10.3916/c30-2008-01-012>
- Visauta, Bienvenido** (1989). *Técnicas de investigación social*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias. ISBN: 978 84 76654064