

***Lecturas de viaje. Apuntes sobre la narración multimedia en video desde la práctica docente e investigativa en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana***

***Travel readings. Notes about the multimedia narration on video from the teaching and research-related practice on the Faculty of Communication of the University of Havana***

Recibido: 28 de marzo de 2017

Aceptado: 14 de abril de 2017

*Lic. Fidel Alejandro Rodríguez Fernández\**

**Resumen**

La travesía de lo multimedia como objeto de estudio atiende al discurso y uso de los sujetos-usuarios, a la transformación de los procesos productivos y de circulación de los flujos y formas, así como a las prácticas de producción documental horizontales y diluidas dentro del ejercicio periodístico y de la expresividad de lo social en redes. En este artículo se abordan los referentes fundamentales para su estudio y los principales resultados y experiencias obtenidas a través

**Abstract**

The journey from the multimedia as a study object attends the individual-user's speech and use, to the transformation of the productive-and-circulation processes, as well as the horizontal documental production practices, diluted within the journalistic exercise and the social network expressivity. This article approaches the fundamental referents for its study and the main results and experiences obtained through research and teaching exercise on the Hipermedia

---

\* Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.  
[fidelrodriguez@fcom.uh.cu](mailto:fidelrodriguez@fcom.uh.cu)

de la investigación y el ejercicio docente en la Disciplina Comunicación Hipermedia, Tecnología y Sociedad de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, en particular los relaciona.

### **Palabras Clave**

multimedia, discurso, periodismo hipermedia, narraciones documentales, sensorialidades

Communication, Technology and Society Discipline at the Faculty of Communication of the University of Havana, particularly relates them.

### **Keywords**

multimedia, speech, hypermedia journalism, documental narrations, sensorialities

### **Tabla de contenidos**

1. Introducción
2. La discursividad multimedia
3. Formas de sentir
4. Videos re-conectados
5. Hipertextualidades
6. Conclusiones
7. Referencias bibliográficas

### **1. Introducción**

La responsabilidad de los estudiosos de la cultura digital parece cercana a la del etnólogo del siglo XIX o el astrónomo del XVII: un permanente ejercicio de catalogación e identificación de especies y estructuras y ejercicios en constante movimiento evolutivo en órbita. Este rol, frecuentemente malogrado en inventario de tendencias, no permite leer la substancia subyacente en la reconfiguración de las

maneras de decir-hacer-compartir en formas expresivas del nuevo entorno comunicativo en que convivimos.

En particular, los estudios de las formas de expresión en el ámbito digital están lejos de encontrar una ruta crítica y unitaria con la cual interpretar los modos en que aparecen en las múltiples interfaces digitales y tipologías de prácticas de los disímiles actores participantes en la idea-rol-escenario del médium. Esa crisis de los modos de comprensión y las terminologías se extiende a los modos de hacer profesionales, así como a los modos de entrenar y deber ser.

A la vez, dicha crisis propone un escenario de creatividad y diversidad inigualable, debido a la constante demanda de nuevas estrategias de reconocimiento social por parte de los medios de comunicación en busca de nuevas formas de capitalización y financiamiento, tanto a la pluralización de los actores y capacidades discursivas implicadas.

También, a partir de la consecuente dinámica de exclusión e inclusión de un capitalismo globalizante, donde los encargados de decir se expanden y se concentran a la vez en escenarios y flujos particulares, parcializando verdades y oscureciendo modos de decir de ciertos grupos sociales y geografías.

Este escenario demanda el estudio de las formas expresivas que reconocemos como multimedia, en pos de redimensionar las capacidades de decir de los profesionales de la comunicación en la galaxia expresiva de nuestra vida social, donde desaparece la entendida centralidad del ente profesionalizado, ubicando sus discursos en un red de flujos y prácticas informacionales múltiples, donde le toca entrar en el juego de legitimidad con otras muchas conversaciones sociales, como una estrella titilante más.

El video aparece particularmente como un recurso cuyo uso se torna complejo en su capacidad articuladora dentro del discurso multimedial, debido al entendido rol de predominancia que se le asigna. La mayoría de las reflexiones recientes atienden a las características de su estructura narrativa (Cassany, 2014; Edo et. al., 2016; Ortells-Badens, 2017) y su consumo. Aquí nos proponemos atender a su capacidad de articulación con otros recursos multimedia a partir de las cualidades expresivas a las que apela conviviendo en el mismo entorno discursivo, y a sus capacidades retóricas dentro del periodismo a partir del hipertexto.

La Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana ha sostenido una agenda docente e investigativa sobre el tema en los últimos diez años transitando por las redimensiones del reportaje hipermedia (Marrero, 2007) y el desarrollo de producciones en ese formato (Andrés et. al., 2014) el uso recursos multimedia en medios periodísticos en internet (Rodríguez, 2012; Fernández, 2013, Medina, 2014) así como su uso en contextos políticos y en redes sociales (Ortiz, 2013; Calzadilla, 2014; Cabrera, 2015).

## **2. La discursividad multimedia**

A la continua transformación de los modos de producción, circulación y consumo de información en nuestro tiempo ya no le queda bien ninguna metáfora. La convergencia, como modo reconocimiento de la remediación de las formas discursivas y sus identidades (Scolari, 2012); de sus procesos productivos, de distribución y de propiedad; de la responsabilidad, capacidades y competencias de los actores de sus prácticas (Salaverría, 2003), es una formulación que en su hibridez, se permite incubar su contrario, como toda lógica de la modernidad capitalista: la explosión y expansión de tales dimensiones en una constante dinámica de contradicción dialéctica,

parecida al reflujo estelar del mito fundador y cohesionador del universo.

La noción de lo multimedia padece de una próspera funcionalidad técnica e instrumental, no ha liberado al término de múltiples miradas críticas que acusan su indefinición y deterioro a partir de un uso excesivo (Scolari, 2009) y las carencias que esto le supone a la constitución de procedimientos de análisis y empleos prácticos más precisos.

Acotando el análisis a una dimensión exclusivamente discursiva (Salaverría, 2003) no deja de haber limitantes. Javier Díaz Noci le reconoce una limitación descriptiva y relativamente técnica (Díaz Noci, 2009, pág.214), "ya que generalmente se presenta como una 'combinación' e integración de diversos medios y tipos de información: textual, icónica, sonora, datos... en tanto también trataría de la descripción de una realidad emergente" (Díaz Noci, 2009 p.214).

La convivencia de medios, diversidad de prácticas y los procesos de contaminación e interacción mutua en las interfaces y flujos de información advierten un proceso de remediación, de mezcla de medios configurando nuevas formas de discurso, ejercido en dos operaciones fundamentales, la opacidad y la transparencia de dichos medios y discursos en otros (Scolari, 2012).

Las propuestas de Salaverría (2003) sobre niveles posibles de integración y duplicación de lo dicho en cada recurso multimedia, resulta una valiosa operación de estandarización de formatos utilizados por medios de prensa, replicables en prácticas y plantillas de software de páginas webs. Estas podrían generar procesos de articulación según las cualidades expresivas de cada uno de los recursos multimedia, según su capacidad de compatibilidad, complementariedad, ausencia de redundancia, jerarquización según

sus dichas cualidades expresivas, ponderación editorial y adaptación o articulación al entorno discursivo o entre sí (Salaverría, 2014).

Los objetos multimedia, observados como tales en las estructuras de las interfaces, podrían generar complejas relaciones retóricas entre sí, en función de la intencionalidad del discurso observando lo que cada recurso puede aportar la capacidad de expresión de lo narrado.

Para adentrarse e imaginar las capacidades articuladoras de los discursos sensoriales digitales, y las variantes de innovación y creación que tienen las múltiples interfaces, particularmente comunes en productos documentales más complejos, haría falta sin embargo, trascender los formatos predefinidos a partir del estudio de las cualidades de los discursos en el ámbito digital, reticular e interactivo.

Este complejo entramado que implica nuestra relación con las interfaces, la semiosis social que suponen, en la mediación entre los dispositivos, y las formas de reconocimiento (Valdetaro, 2011) y la prácticas sociales, explicita cada vez más la necesidad de tener estrategias sobre cómo dilucidar la producción profesionalizada de discursos multimediales en medio del constante cruzamiento, la integración, y la expansión de textualidades complejas, lenguajes, sistemas semióticos, formatos productivos y nuevas retóricas hipermediales (Scolari, 2009, p.46).

La digitalización supone la conversión en códigos numéricos del registro mediático, sus modos de transmisión, decodificación y reproducción, convergiendo en un mismo sistema de dispositivos. Los discursos-software, como sustancias, aparecen como modulares y permanentemente transformables (Manovich, 1999), opción que es posible de manera limitada después de distribuido el objeto según la configuración de decodificación que se le asigne para el uso y los

modos de reproducción que permitan la interfaz-dispositivo en donde circule.

Los modos de aparición de las estructuras discursivas serían, como siempre, un pacto cultural con los espectadores para asumir formas de materialización en registros sonoros y visuales en su gran mayoría conocidas, como formatos preestructurados dentro de una interfaz: video-texto-imagen cuando por su condición de lenguaje programático modular, ceros y unos, pueden ser casi cualquier cosa.

Esta condición, sin embargo, no puede conllevar a observarlas como en un espacio-universo aislado y desconectado de otros órdenes de la vida. Toda textualidad y sus formas de creación, materialización, uso-consumo y los esquemas asociados a su reconocimiento por parte de los usuarios, están sometidos a las relaciones sociales de producción, poder y subjetividad en que se desenvuelven, así como a su recorrido circulatorio desde un espacio de emisión a múltiples escenarios de uso y consumo.

La forma expresiva leída es relevante a partir de la densidad de los flujos circulatorios de ignorancia en red donde aparece, y esto define su estructuración, su valor social y nuestros modos de acercamiento, con cierto caos y aleatoriedad incluido (Verón, 1993; Lee y Li Puma, 2001). La materia expresiva es sometida a un proceso de transcodificación de su forma y valor, que forma parte cada vez de una práctica circulatoria en un entorno donde el intercambio comunicativo se convierte en divisa de la actividad social pública y privada (Goankar y Povinelli, 2002).

En este escenario se hace muy complejo distinguir el análisis de un escenario del discurso que solo atiende a la capacidad discursiva de lo multimedia. Intentar operacionalizar lo discursivo fuera de la capacidad interactiva y el orden hipertextual como signos esenciales de todo discurso hipermedial, resulta solo una operación analítica

para entender el rol de este dentro de esa galaxia de significados que es cada entorno del discurso hipermedial, no para asumirlo como una textualidad aparte, que no es permanentemente transformada por aquellos otros órdenes. Para fijar un foco de atención, estaríamos atendiendo a los modos de representación multisensorial de las interfaces-pantallas.

### **3. Formas de sentir**

Una de las operaciones más interesantes que se ha dado a nivel teórico es la del regreso a los sentidos. Díaz Noci (2009), Levy (2007), y desde otra perspectiva, Eliseo Verón (1971) siguiendo a Greimas, señalan que es necesario poner la atención sobre las capacidades sensoriales a las que hacen referencia los recursos empelados en el escenario textual de lo que llamábamos multimedia. Esta propuesta es recogida también por Ramón Salaverría quien alude a la expresión en los órdenes gustativo, olfativo y táctil, incluyendo dimensiones no comunes como la temperatura y la vibración, como parte de un escenario futuro de la producción periodística (2014).

Para Pierre Levy, los modos de representación del discurso dan acceso a distintas modalidades perceptivas sensoriales, un texto impreso pondría en relación la vista y el tacto (2007). A la vez, apunta el autor, una modalidad perceptiva puede convivir en distintos modos de representación del discurso, tal cual la radio provee de música, palabra hablada y otros artilugios sonoros.

Levy también señala que estas representaciones pueden ser codificadas para ser consumidas en distintos tipos de dispositivos, o plataformas. Dicho sistema, proceso de trasmisión, distribución o desarrollo, es evidente modificador del modo de representación.

Según Eliseo Verón, se trata de materias significantes, tipos de elementos sensoriales con que se constituyen los significantes del mensaje. Las materias significantes están relacionadas con un orden sensorial involucrado en el cual se pueden ejecutar varias series informacionales, procesos empíricos de transmisión de signos que obedecen a un código. El mensaje entonces, debe contener varios sistemas de codificación que operan sobre varios órdenes sensoriales (1971).

Si bien el análisis de Verón está basado fundamentalmente en las operaciones del discurso ideológico de la prensa impresa, resulta muy valioso para visualizar el devenir de las transformaciones en los modos de codificación de los softwares y su comprensión diluida de los objetos multimedia. Se estarían valorando más que textos, texturas, textualidades.

Esta perspectiva no solo permite desprenderse de la visión de los medios como elementos de un rompecabezas para armar un discurso, sino también del uso del recurso multimedia como objeto visual, incrustado y estático en la página. Dicho modo de producción, sin embargo, no está exento de interesantes implicaciones retóricas a partir de la distribución de los elementos en el espacio.

Para acotar esta diversidad de términos, se pasará a denominar a los múltiples elementos que componen un texto multimedia desde la noción de *recurso expresivo multimedia*, en donde se reconocen el empleo de diversas materias significantes, la presencia de un modo de representación y codificación del discurso, así como a distintas series informacionales.

Dicha denominación solo permite nombrar a un elemento con una funcionalidad específica en el discurso, pues es en la puesta en ejercicio de este donde estas cavilaciones cobran sentido.

**LECTURAS DE VIAJE. APUNTES SOBRE LA NARRACIÓN MULTIMEDIA...**  
**DOSSIER MONOGRÁFICO**

Contar una historia o indagar en una temática multimedia pasaría por la operación de distinguir qué sentidos involucra su narración, en qué formas se pueden codificar como parte de dispositivos, acciones y recursos multimedia, y en qué formatos discursivos puede ser narrada. Un análisis del documental multimedia permite ilustrar la manera en que la interacción es concebida en estos casos.

<b>Narración periodística y documental multimedia</b>							
<i>Tema (Argumento / Tesis)</i>	<i>Historia Personajes -escenas- núcleos de conflicto y resolución</i>	<i>Sentidos a los que apela</i>	<i>Formas de codificación en interfaces o materialización en dispositivos (Materias significantes)</i>	<i>Formatos o estructuras genéricas y materiales en donde se expresa (Series informativas)</i>	<i>Coherencia narrativa de articulación dentro de un escenario mediático – Núcleos expresivos</i>	<i>Núcleos de contenido hipertextual</i>	<i>Coherencia narrativa de articulación en múltiples escenarios mediáticos</i>
Formas y diseño de interacción							

**Fuente: Elaboración del autor**

#### **4. Videos re-conectados**

Lo que reconocemos hoy por video, no lo es tal. La palabra video denominó al formato tecnológico de la cinta magnética que ofrecía la verificación instantánea de lo grabado (Gubern, 1999), y el consiguiente regrabado, con un coste muy módico; lo cual supuso el comienzo de la transformación definitiva de los modos de producción y circulación audiovisual (Jenkins, 2011), así como la emergencia de nuevos actores sociales en dichos procesos.

La digitalización permitió hacer converger el proceso productivo y distributivo en la base de un solo soporte, el numérico, lo cual supuso la estandarización, la reducción y la articulación de todo el flujo. Nombramos hoy video al objeto visual, generalmente rectangular,

donde se reproduce un archivo audiovisual, codificado en algoritmos de compresión de datos y en formas de elocución del discurso.

Forma parte de su significación actual, un proceso social mucho más amplio, dado en la progresiva densificación del entorno audiovisual durante el siglo XX que ha supuesto la consideración de este dominio sincrético como un referente ineludible de la capacidad enunciativa de la cultura contemporánea.

Dicha condición está intervenida históricamente por las circunstancias de surgimiento y desarrollo del lenguaje audiovisual. Este último, atravesado por los procesos de producción con los que las industrias culturales se ejercitan, a partir de su tradicional dominio de los medios, las concepciones y los procesos de producción, distribución y consumo.

Tales estructuras de codificación del lenguaje audiovisual y sus modalidades discursivas tradicionales están constituidos en el predominio de lo industrial, del proceso, o de la obra artística hasta el actual momento histórico, con la narración como forma dominante del discurso (Alonso, 2009, pág.18).

El video, desde entonces, tiene un escenario de acción preeminente en el entorno hipermedial, sobre todo a partir del empoderamiento de los repositorios sociales, en los cuales es sujeto de su capacidad de creación y disponibilidad de todo lo producido, de su transformación y de su resemantización en un entorno que posibilita procesos de circulación masiva autónomos.

Dispositivos de grabación audiovisual distribuidos ubicuamente por todo el planeta y disponibles en la web, potencian una pluralidad de temáticas y discursos que no tenían lugar en los medios de comunicación tradicionales y proveen la capacidad de articular relatos globales más allá de las agendas de estos.

Por otra parte, el desarrollo de estos procesos ha coexistido con la institución de la digitalidad, la distribución reticular, la articulación hipertextual y multimedial y la capacidad interactiva, las cuales suponen una transformación radical en los modos de entender las relaciones comunicativas audiovisualmente representadas.

En el ámbito periodístico el uso del video se torna en eje articulador de los procesos de convergencia de roles y procesos productivos en las redacciones, pues la inversión en recursos y capacidades profesionales que supone ha demandado la adaptación a nuevas competencias productivas y el ajuste de formatos sociales a los entornos profesionales periodísticos primero, y a la articulación de formas de producción asociativas, cooperativas o a través de fusiones empresariales después, recolocando el estándar productivo y estético nuevamente hacia un horizonte profesionalizante.

Estructuras genéricas como el reportaje y el minidocumental tienden a ser más discursos autónomos y autocentrados en la solvencia de sus propias demandas discursivas, inclinándose hacia el fin de la narración como el lugar donde visualizar la experiencia completa del producto.

El clip de video, que puede en sí mismo ser un texto de orden, descriptivo, narrativo, expositivo, dialógico, instructivo o argumentativo (o poético), puede formular composiciones discursivas más amplias en su articulación con otros clips que las que implican los formatos de discurso autocentrado. ¿Qué aporta el video a esta conversación de materias expresivas de los distintos recursos multimedia?

Martin Engebretsen distingue al video como medio basado en la imitación, en lo mimético, con una capacidad referencial de la realidad, superior a otros a partir de una menor necesidad de partir de convenciones interpretativas para su lectura. En cambio, la

escritura sería un medio diegético, más vinculado a lo narrativo (2006).

Para este autor el video es un medio posibilitado de potenciar su capacidad de transparencia, de esconder la intervención del productor; por lo tanto, le supone un vínculo emocional superior con el que lo consume.

La semejanza sería la estructura de significación desde donde opera, ante la convención con que la palabra comunica. Por tal razón, se considera que el video tiene la capacidad de convertirse en prueba de una situación dada. Este sería capaz de funcionar mejor para advertir contextos situacionales, mientras la escritura podría ilustrar mejor sobre elementos históricos y socioculturales. El video respondería al dónde y al quién, mientras la escritura sería más solvente para responder el qué del discurso.

Engbretsen indica que la base de estructuración del video como forma discursiva está en la articulación en el espacio y el tiempo de los fotogramas mientras en la escritura tiene un carácter más situacional.

Como se había enunciado el predominio del proceso industrial sobre la estandarización de las estructuras que conocemos como lenguaje audiovisual, están sometidas a un proceso histórico que las privilegia como elementos a ser compuestos en el montaje, el cual tiene como orientación la narración temporal, sea en una búsqueda expresiva, ideológica o puramente narrativa.

No es difícil identificar, en las creaciones de usuarios no profesionales dentro de repositorios sociales, cómo lo primero que se resiente es el montaje, y aun así, se privilegia la narración o la exposición con una estructura de principio a fin, aristotélica, como marca cultural expresiva dominante. Engbretsen, en efecto se refiere a un

audiovisual otro, donde el clip de video permite una libertad de estructuración por encima de la sujeción a un formato o una estructura genérica.

Evidentemente, a estas y múltiples estructuras narrativas y codificaciones audiovisuales se le asigna una convención ampliamente aceptada, por lo cual está también es una operación que se ejerce en los discursos audiovisuales. Estas estructuras, además, influyen en la distinción del video como recurso signifiante en un discurso multimedia, en su capacidad participar en la funcionalidad de un texto más íntegro dada la contigüidad de los signos como parte de fundamental de la operación de significación de los textos (Verón, 1971).

## **5. Hipertextualidades**

En la comunicación hipermedia los clips de videos puede integrarse entre sí y con otros contenidos a través de hipertextos. El hipertexto posibilita estructuras no secuenciales de lectura. Ningún texto, visto y leído multisequencialmente, puede seguir las estructuras dramáticas tradicionales, de introducción, nudo, clímax y desenlace, más allá de cualquier vocación vanguardista.

El hipertexto habilita la capacidad del video de articularse con otros elementos multimediales dentro de una página, crear discursos complejos y generar actividad interactiva. Tiene la capacidad de crear, según su empleo, "una nueva narrativa, a partir de modos inéditos de estructurar los contenidos, diversificar los recursos de documentación periodística y organizar y jerarquizar la información" (Carrillo, 2011).

Estos núcleos hipertextuales deben reconocerse como núcleos provisorios de información (Rodríguez, 2005) que cobran vida como

centro o complemento, no permanente, según el recorrido de lectura del usuario.

A través del hipertexto se articulan datos y núcleos informativos, pero sobre todo, se interactúa más allá del control del navegador. La potencial lectura multisequencial de un video se complica si puede controlarse la reproducción del mismo, y, si este convive con una oferta de recursos que el usuario desanda libremente, entonces la interacción reconstruye el discurso y se convierte en el discurso mismo, lo constituye una y otra vez según los recorridos receptivos.

Un video puede articularse con otros videos y armar narraciones discontinuas donde cada unidad o núcleo de contenido tiene un sentido autónomo y puede ser el punto de inicio del orden de lectura. De esta manera, el lector construye asociaciones y sentidos propios y se convierte en un autor también. Otros elementos multimedia, textos, imágenes fijas y sonidos, conviven con el video en el mismo espacio plano, y se complementan para configurar un contexto discursivo que engloba en sí mismo un sistema de navegación aún más complejo.

En muchas ocasiones, el video se reproduce en un nivel del paginado al cual, siguiendo la ruta propuesta por el medio, se accede a través de un hipertexto en la información. En este caso, el video puede presentarse en su nuevo espacio, aislado, con un breve texto que lo reseña. Se convierte en un núcleo autónomo de contenido, el cual, según la ruta de lectura del usuario, alterna como núcleo de contenido principal si se accede a él directamente, o como núcleo complementario si se llega desde otro nodo.

De esta manera, el hipertexto reorganiza las relaciones multimediales y las estructuras genéricas, porque dependen de la organización de los núcleos hipertextuales y la coherencia de estos en la ruta de lectura del usuario.

No es extraño que el uso tradicional del video esté asociado a una función documental en relación con el texto escrito. Este suele ser configurado como en el punto primario de la lectura de una página con varios elementos multimediales. El video se convierte en el recurso de explicitación, de evidencia caracterizadora y expresiva.

Se podría considerar también una tercera opción, donde el video aparece sin relaciones de subordinación o preeminencia claras con respecto a la información textual, ya sea por las características de las prácticas productivas o por la intención comunicativa.

Cuando se reproduce un video en una página, se asume, por costumbre, que este está ahí junto con los otros elementos que conforman el archivo de este nivel del paginado, pero en esencia se está accediendo a otra dirección donde está archivado, es decir, se accede a un hipertexto.

Esta relación solo se hace evidente cuando el video está embebido desde otra dirección web con lo cual el discurso al que el video hace referencia trae un correlato desde el espacio donde está almacenado. En el caso de los repositorios sociales, la condición pública del objeto y su coexistencia con otros videos, implica situaciones modificadoras que lo acompañan y dotan de significado donde quiera que se reproduzca.

En las experiencias de una web construida fundamentalmente por los usuarios, todo es interacción. Los proveedores como YouTube ofrecen sus archivos y la gramática de sus interfaces como mediadoras de la experiencia interactiva (Bañuelos, 2009), los contenidos, sus relaciones, su contexto y sus personajes, son provistos por los usuarios productores.

En otros momentos el video aparece en una posición estándar invariable en el formato de la página. En estos casos es necesario el

entendimiento de las relaciones formales y de contenido entre los diferentes recursos multimediales que arman el contexto discursivo de la web para entender el sentido general de la propuesta.

En su coexistencia hipermedial, el video establece relación no solo con los otros recursos expresivos sino con las estructuras genéricas a las que han estado asociados tradicionalmente, por lo la cual someten a una dura prueba a las operaciones creativas de los productores. Un paso más allá, el hipertexto rompe los límites temporales del discurso propuesto.

Un trabajo de Jose Miccó y Pere Massip (2008) describe algunos modos de articulación del video con otros recursos multimediales en sitios webs periodísticos y permite reconocer esta condición del video objeto en su capacidad de articulación con el texto, fundamentalmente a partir de su independencia de las informaciones escritas, su complementariedad, duplicidad o integración.

En la primera nomenclatura que proponen los actores, el video llega tal y como siempre ha sido, un núcleo de información con autonomía discursiva y aislado de relaciones con otros elementos posibles, a partir de su inclusión en galerías de información multimedia o niveles de paginado cuya única función es servir de espacio de reproducción del material. En la mayoría de las ocasiones se trata de materiales que poseen una estructura genérica cercana a la noticia, la entrevista, el reportaje o el comentario.

Esta estructura desdeña la consecución de una integración del video a una sintaxis semántica como recurso multimedial, en función de acentuar el valor del discurso audiovisual y la potencialidad expositiva de estos videos.

Sin embargo, a pesar de su independencia, no deja de ser parte de un discurso hipermedial íntegro, en tanto se relaciona

hipertextualmente con otros nodos de contenido y dentro de la página con otros recursos expresivos multimediales.

Como se puede observar, casi todas las relaciones que el video establece en las tipologías anteriores están asociadas a la información textual. Pero, ¿cómo podría el video establecer una relación de independencia con respecto a un texto con el cual comparte el mismo momento temporal y espacial? ¿Podría, efectivamente?

La palabra y la imagen-foto, por ejemplo, tienen una relación constante, casi imprescindible, donde la una opera a través de su vínculo con el bloque de texto, el tamaño, la organización en la plana, la relación con el titular y con otros elementos gráficos a través de dos mecanismos fundamentales: el anclaje, que evita un despliegue polisémico, y el relevo, donde el texto complementa el sentido de la imagen

¿Se podrían referir las mismas relaciones para el texto y el video? Ignorar estas nociones sería inviable; sin embargo, el video provee de una serie de demandas distintas a esta relación.

Como se explicaba anteriormente, un discurso audiovisual tiene como base una estructura temporal, establecida de principio a fin, más allá de que carezca o no de una narrativa interna. Por lo tanto, su lectura y comprensión completa de su significación, de su trama, depende del consumo del tiempo de reproducción y no de un ejercicio breve de observación. El texto viene a repetir en este modelo que tiene al video como centro, la función del bajante, ser una lectura introductoria a la lectura a la cual el usuario decide si acceder o no, mientras se comienza a reproducir el video.

No es una función similar a la del pie de foto, porque la imagen fija comunica con un solo fotograma, mientras en el video se construyen ideas con decenas de ellos y se explicitan los procesos que antes

quedaban implícitos, como sucede en las imágenes en acción del género *live*.

Aunque establezca con él relaciones semánticas que incluyan anclaje y/o relevo, no lo determina en su totalidad, sino que este se convierte en un núcleo expresivo independiente subordinado, subordinante o acompañante de la construcción textual.

Las múltiples combinaciones de materiales informativos en diversos lenguajes, hacen aún más espinoso el intento por determinar claramente el dominio de algunos recursos sobre otros, máxime si se accede a estructuras reticulares que habilitan la entrada a cualquier nodo desde cualquier otro punto del conjunto informativo.

La relación que implican los mismos contenidos en el video y el texto es compleja y no siempre supone una repetición, sino también una complementariedad. No obstante, los contenidos pueden duplicarse dadas las cualidades únicas de producción y expresivas propias de un lenguaje milenario y las materias expresivas que este activa, distintas a la del video.

En su capacidad de constituir elemento de complementariedad, el video cubre funciones complejas relacionadas con la estructuración del discurso y el periodismo: reiteración, resumen, documentación (contexto, antecedentes, fuentes), opinión, funciones con las cuales se aprovechan en mayor o menor medida las posibilidades expresivas del discurso audiovisual.

Dicho modo de integración está particularmente expandido en internet dada la capacidad del video de estar embebido de las redes sociales, término que se suele emparentar con una noción de video incrustado dentro del texto, que le supone una pertenencia un nivel interno del texto, a un grupo de ideas en particular, y no como

modificador del texto todo, como lo sería en otra circunstancia estructural en la página.

Estas proposiciones enfatizan al video como objeto visual, inmóvil, no diluido, y superpuesto visualmente con los otros recursos expresivos o gráficos; por lo cual implica una condición distinta de lectura del contenido según el interés del usuario, que tiene que detener la lectura textual y reproducir un producto cuyo final no puede ser comprendido sin consumir el tiempo.

Esta modalidad permite explorar las cualidades de cada materia significativa para connotar relaciones de sentido distintas en la coherencia general del discurso. Por ejemplo, la aparición de determinadas fuentes en video y otras en textos, es un recurso asentado en los medios periodísticos para establecer una orientación editorial sin dejarlo advertido en las marcas textuales tradicionales.

De la misma manera, el video puede convertirse en un elemento retórico del discurso al establecer un diálogo que no remita a la coherencia temática de este, sino a un acompañamiento visual, de orden expresivo, más que informativo o referencial.

Es necesario abordar la última clasificación propuesta por Micó y Massip referida a la integración definitiva del video dentro del discurso hipermedia desde las ideas sobre la conversación de sustancias expresivas y significantes que proponíamos en el acápite anterior, pues apunta a la disolución del video como ente dentro de un discurso multisensorial codificado en el software.

## **6. Conclusiones**

El clip de video es una estructura básica del video digital que tiene la capacidad de articularse con otros clips, constituyéndose en núcleos de contenido independientes. Esto hace que se desmitifique el video

como recurso autocentrado en la satisfacción de la narración temporal y las demandas de la coherencia del discurso.

La lectura multisequencial, la capacidad de apropiación y redistribución por el usuario, la articulación con distintos lenguajes y medios, la condición hipertextual que extiende los límites de reproducción del archivo más allá de su lugar de alojamiento, la disponibilidad de estos para constituirse en nuevos mensajes, son algunas de las principales transformaciones que implica la comunicación hipermedia para el discurso audiovisual.

A través del hipertexto, el video establece distintos tipos de relaciones (principal, complementario y al mismo nivel de la información en el núcleo principal) que implican relaciones complejas de sentido (visualización, documento audiovisual, expresividad) y de contenido (opinión, fuente, contextualización, antecedente, etc.).

Dichas relaciones están dadas en un segundo nivel de análisis sobre la articulación de los recursos expresivos multimediales asociados a modos de representación específicos del discurso, su codificación, modalidades perceptivas y materias sensoriales significantes, de las cuales se infieren cualidades en los signos del recurso que lo hacen distintivo de otros.

El regreso a los sentidos, y las operaciones retóricas descritas a través del hipertexto y la convergencia multisensorial, permiten construir discursos hipermediales complejos devolviendo la intencionalidad a los usos de estos recursos y no como parte de un esquema instrumental y desprovisto de significado de uso.

Los retos del proceso convergente y la consecuente crisis de las instituciones mediáticas tradicionales en la explosión de flujos discursivos resulta una oportunidad para devolverle a la producción comunicativa profesionalizada la capacidad de decir de manera

distintiva en la galaxia expresiva de la circulación social los discursos, en función de desempeñar su rol de servicio público.

## **7. Referencias Bibliográficas**

Alonso, L. (2009). *Una cierta idea del cine*. Materiales 1. Shangri-La Ediciones. Recuperado de <http://www.shangri-laediciones.com/Materiales1-Una-Cierta-Idea-Del-Cine.pdf>.

Bañuelos, J. (s.f.). YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. *Razón y Palabra*, n.69. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330085>.

Calzadilla, C.M. (2014). *Contar la Isla en videos. Un acercamiento a rasgos que caracterizan el discurso sobre familias transnacionales cubanas a través de videos de usuarios no profesionales en Youtube, 2014* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Carrillo, V. (2011). *Redes Sociales en Irán: la historia contada por cibermedios. Acercamiento a la representación mediática de las redes sociales en contextos de tensión política* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Cassany, R; Figueras, M; Alsius, Salvador; Luzón Virginia. (2014). El periodisme audiovisual a internet: funcions diferents, vídeos diferents. *Quaderns del CAC 39, vol. XVI - julio 2013*

Díaz Noci, J. (2009). Multimedia y modalidades de lectura: una aproximación al estado de la cuestión. *Comunicar*, nº 33, v. XVII, Revista Científica de Educomunicación; ISSN: 1134-3478; páginas 213-219. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=33&articulo=33-2009-25>.

Engelbrechtsen, M. (2006). Making sense with multimedia. A text theoretical study of a digital format integrating writing and video. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning Vol. 2 - Issue 1* -. Recuperado de <http://seminar.net/index.php/volume-2-issue-1-2006-previousissuesmeny-112/60-making-sense-with-multimedia>.

Fernández, G. (2013). *Redimensiones discursivas de la infografía periodística para el entorno web. Análisis de caso de The New York Times y La Información.com* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Gaonkar, D; Povinelli, E. (2003). Technologies of Public Forms: Circulation, Transfiguration, Recognition. *Public Culture Volume 15, Number 3, Fall* pp. 385-397. Recuperado de <https://muse.jhu.edu/article/47181>.

Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. ANAGRAMA. Colección Argumentos.

Lee, B y Li Puma, E. (2002). Cultures of Circulation: The Imaginations of Modernity. *Journal of Public Culture 14(1)*: 191. Duke University Press

Levy, P. (2007). *Cibercultura, Informe al Consejo de Europa*, Anthropos Editorial: México: Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa. Recuperado de <http://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf>.

Manovich, L. (2009). ¿Qué es el cine digital? *Enfoco Vol.3, No.13*. Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de Los Baños.

Marrero, L. (2007). *Género de géneros... y otras REDimensiones. Acercamiento al reportaje multimedia del periodismo digital actual*

(tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Martínez, Y.; Andrés, L. (2014). *Boteros en La Habana. Reportaje multimedia sobre los tributos a taxistas habaneros* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Medina. F. (2014). *Rasgos que tipifican el uso de la imagen fotográfica en el periodismo hipermedia a partir de los sitios Washington Post.com y El País.com, 2014* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Micó-Sanz, J.L. & Masip, P. (2008). Recursos multimedia en los cibermedios españoles. Análisis de usos del vídeo en El País.com, El Mundo.es, La Vanguardia.es y Libertad Digital. *Trípodos*, n.23. Barcelona. Recuperado de <http://sections.ecrea.eu/JS/pamplona2011/Ecrea-Cicom-Proceedings.pdf>.

Ortiz, J. (2013). *Rasgos que tipifican el uso del video de Youtube en la cobertura periodística del Wall Street Journal a la Campaña presidencial de Estados Unidos del 2012* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Reyes, C. (2010). *Cuba 1970. Reportaje multimedia sobre la zafra azucarera de 1970 en Cuba* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Rodríguez, A. (2005). *El milagro del cacharreo cotidiano. Acercamiento a la historia del periodismo digital cubano* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Rodríguez, F. (2012). *Rasgos que tipifican el uso del video en el Periodismo Hipermedia. Análisis de caso de The Guardian.com y*

*Elmundo.es* (tesis de pregrado). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.

Ortells-Badenes, S. (2016): "Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez". *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), pp.1-14. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1081/01es.html>.

Salaverría, R. (2003). Convergencia en medios. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. Número 81. Pp.32-39. Recuperado de <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/1471>.

Salaverría, R. (2014). Multimedialidade: informar para cinco sentidos. João CANAVILHAS (org.). (2014). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã, Portugal: LabCom, Livros LabCom, pp.27-54. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/268810050\\_Multimedialidade\\_informar\\_para\\_cinco\\_sentidos](https://www.researchgate.net/publication/268810050_Multimedialidade_informar_para_cinco_sentidos).

Scolari, C. A. (2009). Alrededor de la (s) convergencia (s) Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y Pensamiento*, v. XXVIII, n.54. Recuperado de <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011409003>.

Valdettaro, S. (2011). Audiencias: de las "redes sociales" a las "asociaciones en red" Interfaces y pantallas. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. Recuperado de <http://www.cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/Libros#pu7>.

Verón, E. (1971). Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia. VV.AA. Lenguaje y comunicación

social, Nueva Visión, Buenos Aires, 1971. Recuperado de <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/veron.pdf>.

Verón, E. (1993). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa editorial.