

El periodismo multiplataforma de TV3 en Facebook sobre el 9-N: ¿prácticas intermedia o transmedia?¹

El periodisme multiplataforma de TV3 a Facebook al voltant del 9-N: pràctiques intermèdia o transmèdia?

TV3's multiplatform journalism on Facebook over 9-N – intermedia or transmedia practices?

Geane Alzamora²

Periodista, doctora i màster en comunicació i semiòtica per la Pontifícia Universitat Catòlica de São Paulo, Brasil. Professora del Departament de Comunicació Social de la Universitat Federal de Minas Gerais, Brasil, i investigadora postdoctoral a la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
geanealzamora@ufmg.br

El periodismo multiplataforma de TV3 en Facebook sobre el 9-N: ¿prácticas intermedia o transmedia?

*El periodisme multiplataforma de TV3 a Facebook al voltant del 9-N:
pràctiques intermèdia o transmèdia?*

*TV3's multiplatform journalism on Facebook over 9-N –
intermedia or transmedia practices?*

RESUMEN:

Este estudio busca comprender hasta qué punto el periodismo multiplataforma practicado por TV3, en asociación con su canal de noticias 3/24, acerca del tema de la soberanía de Cataluña asume configuración transmedia o es caso típico de dinámica intermedia. Los procedimientos metodológicos se basan en la observación sistemática de las publicaciones de TV3 y 3/24 en Facebook acerca del 9-N, designación social de la consulta popular hecha en Cataluña el 9 de noviembre de 2014. También fueron analizados los comentarios y los enlaces relacionados con estas publicaciones, todas pertenecientes al especial periodístico multiplataforma 9-N, *la votació*, producido por TV3 y 3/24 en noviembre de 2014. Concluimos que la dinámica intermedia fue predominante en el escenario multimediático investigado, aunque sea transmedia en algunos casos, como las publicaciones bajo las etiquetas #9NTV3 y #9N.

PALABRAS CLAVE:

teleperiodismo, Facebook, 9-N, intermedia, transmedia, multimedia.



El periodisme multiplataforma de TV3 a Facebook al voltant del 9-N: pràctiques intermèdia o transmèdia?

*El periodismo multiplataforma de TV3 en Facebook sobre el 9-N:
¿prácticas intermedia o transmedia?*

*TV3's multiplatform journalism on Facebook over 9-N –
intermedia or transmedia practices?*

RESUM:

Aquest estudi busca comprendre fins a quin punt s'assumeix una configuració transmèdia o de mitjans transversals en un tema tractat o és un cas típic de dinàmica de col·laboració entre el periodisme multiplataforma practicat per TV3, en associació amb el seu canal de notícies 3/24, al voltant del tema de la sobirania de Catalunya, el novembre de 2014. Els procediments metodològics es basen en l'observació sistemàtica de les accions comunicatives de TV3 i del canal 3/24 que van aparèixer a Facebook sobre el 9-N, designació social de la consulta popular feta a Catalunya el 9 de novembre de 2014 sobre la sobirania de la regió. En aquest període es van examinar també els comentaris i els enllaços al voltant d'aquestes publicacions, tots referents a l'especial informatiu multiplataforma 9-N, *la votació*, produït per TV3 i el canal 3/24 el 9 de novembre de 2014. Aquest especial informatiu va obtenir una gran audiència a TV3 i al canal 3/24, la

qual cosa fa palesa la rellevància de les estratègies editorials adoptades, a les quals remeten, amb diversos graus, els prefixos multi-, inter- i trans-. Concloem que la dinàmica intermèdia va ser la predominant en l'escenari multimediàtic investigat, encara que aquest va ser transmediàtic en alguns casos, com les publicacions sota les etiquetes #9NTV3 i #9N.

PARAULES CLAU:

periodisme de televisió, Facebook, 9-N, intermèdia, transmèdia, multimèdia.



**TV3's multiplatform journalism on Facebook over 9-N –
intermedia or transmedia practices?**

*El periodismo multiplataforma de TV3 en Facebook sobre el 9-N:
¿prácticas intermedia o transmedia?*

*El periodisme multiplataforma de TV3 a Facebook al voltant del 9-N:
pràctiques intermèdia o transmèdia?*

ABSTRACT:

This study seeks to understand the extent to which the multiplatform journalism practiced by TV3 in association with its news channel 3/24 around the issue of the sovereignty of Catalonia in November 2014 should be characterised as having a transmedia dynamic or as being a typical case of an intermedia dynamic. The methodological procedures for doing so are based on a systematic observation of the communicative actions of TV3 and 3/24 on Facebook surrounding 9-N, the social designation given to the referendum held in Catalonia on 9 November 2014. We also monitored comments and links to these publications, all relating to the special "9-N, la votació" news multiplatform produced by TV3 and 3/24. We concluded that the intermedia dynamic was predominant in the scenario investigated, although the transmedia dynamic was also observed, for instance, in publications under the hashtags #9NTV3 and #9N.

KEYWORDS:

TV journalism, Facebook, 9-N, intermedia, transmedia, multimedia.

1. Introducción

El periodismo multiplataforma es una tendencia en la cultura de convergencia, pues todos los medios presentan hoy en día algún grado de hibridación, lo que cambió las prácticas tradicionales diseñadas para medios de comunicación específicos a lo largo del siglo xx. Según Jenkins (2006), la convergencia representa un cambio cultural ya que se refiere a mudanzas en la apropiación de los medios de comunicación y modos de interactuar con ellos. Desde la perspectiva de Jenkins, además de representar un cambio cultural, la convergencia es cognitiva, porque ocurre a partir de los procesos cerebrales de los consumidores de información y se manifiesta en sus interacciones sociales en las conexiones digitales. En consecuencia, argumenta Jenkins, la convergencia no se produce por medio de dispositivos tecnológicos, ya que tiene carácter cognitivo y cultural.

Puesto que la convergencia no se refiere únicamente a la interconexión de los canales de distribución (o a las plataformas), sino a un cambio cultural que se basa en un proceso cognitivo, el periodismo multiplataforma no solo se refiere a la multiplicación de los canales de distribución y a imbricaciones en el lenguaje de los medios, sino también a las acciones migratorias y participativas de la audiencia en conexiones digitales. En este escenario, el flujo de contenidos influye en múltiples plataformas con la cooperación entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio y participativo de las audiencias.

Aunque el periodismo se haya desarrollado en la cultura de masas (Morin, 1976), en la cual las especificidades mediáticas fueron la condición para producir textos diferenciados y distribuirlos a una audiencia masiva, el periodismo vive hoy un momento paradigmático de transición bajo la cultura de convergencia. Es notable la hibridación de varias plataformas que caracterizan el periodismo en la contemporaneidad, además de los enlaces entre plataformas llevados a cabo por los ciudadanos al compartir, comentar e intervenir en contenidos periodísticos. Jenkins, Ford y Green (2013) llaman *spreadable media* al movimiento de la audiencia a partir del contenido mediático, manejándolo de un sitio al otro de manera fragmentada y continua mientras lo cambia con sus acciones colectivas y dispersas en red. Las industrias mediáticas tradicionales intentan adaptarse a este movimiento a través de procesos de cooperación y de inversión en productos multiplataforma abiertos a la participación ciudadana. Este movimiento propio de los ciudadanos y de las industrias mediáticas en la cultura de convergencia es el mismo que caracteriza el periodismo multiplataforma hoy en día.

A través de este texto se plantea un acercamiento al periodismo multiplataforma cuyo medio de referencia es la televisión, observando los movimientos mediáticos a partir de las audiencias fragmentadas en las redes sociales en línea, como es el caso de Facebook. Asimismo, nos interesa plantear cómo las estrategias editoriales multiplataforma resultan en dinámicas intermedia que incluyen redes sociales en línea y hasta qué punto logran obtener efectos participativos compatibles con la

dinámica transmedia. En términos más generales, es nuestro interés investigar cuáles son las consecuencias de estos movimientos en el periodismo de televisión, que es cada vez más multiplataforma.

El escenario mencionado fue investigado a través de la observación sistemática del periodismo multiplataforma practicado por TV3 —la primera televisión en transmitir exclusivamente en catalán— en su cobertura multiplataforma del 9-N, que se refiere a la designación social de la consulta popular hecha el 9 de noviembre de 2014 sobre la soberanía de Cataluña. En la investigación se priorizó la observación sistemática del especial periodístico *9-N, la votació*, en Facebook. El especial fue parte de un proyecto editorial multiplataforma y participativo de TV3 en asociación con su canal de noticias 3/24. Dicho procedimiento metodológico es apropiado para evaluar un contexto específico cuando los propósitos son definidos previamente (Álvarez, 1991). El propósito de nuestra investigación fue identificar hasta qué punto las estrategias editoriales multiplataforma de TV3 y de su canal de noticias 3/24 sobre el 9-N adquirieron configuración transmedia o si, por el contrario, configuraron un caso típico de dinámica intermedia.

Según Álvarez (1991), la observación sistemática es un método utilizado para comprender el funcionamiento de una actividad o tarea en particular, adecuado para fabricar una descripción estructurada de una actividad o para probar hipótesis de las causas de ciertos fenómenos. Basados en la observación sistemática, recolectamos manualmente todas las publicaciones relativas al especial periodístico *9-N, la votació* efectuadas por TV3 y su canal 3/24 en Facebook entre los días 1 y 30 de noviembre de 2014, teniendo en cuenta la actividad de comunicación generada en forma de accesos, comentarios y acciones de compartir vía Internet. La recolección de datos se llevó a cabo tres veces al día, y el objetivo fue investigar si la interacción social acerca de las publicaciones periodísticas había aumentado o no durante la jornada, independientemente de si se hubieran hecho tres publicaciones diarias, pues en algunos días no se llegó a este número de informes. Este procedimiento es importante porque los ciudadanos interactúan con las informaciones periodísticas en redes sociales en línea en cualquier momento, además de la hora en que son publicadas. Los datos recolectados fueron registrados e interpretados según el marco teórico adoptado.

2. El periodismo de televisión en la cultura de convergencia

La televisión se desarrolló en la cultura de masas a partir de las ideas de *broadcasting* y *narrowcasting*, la primera relacionada con la oferta indiferenciada de información a gran escala, y la segunda, de acuerdo con los segmentos de interés, como es el caso de los canales de noticias. En cambio, en la cultura de convergen-

cia la televisión mezcla los procesos de *broadcasting* y *narrowcasting* con los de *webcasting*, relativos a la difusión y a la interacción por Internet en movimientos mediáticos que funcionan de persona a persona, de persona a grupos y de grupos a otros grupos. Por esta razón, las particularidades mediáticas, del mismo modo que las periodísticas, se vuelven híbridas en el recorrido multiplataforma en el cual la audiencia cambia el contenido mediático de acuerdo con sus intereses.

Es notable la actual configuración híbrida de la televisión contemporánea, en la cual se observa la «multiplicación de pantallas y la consiguiente dificultad de saber a cuál de estos medios se debe reservar el nombre televisión» (Jost, 2011, p. 56). Del mismo modo, el periodismo de televisión también se vuelve híbrido cuando es permeado por las conexiones digitales, ya que nada es puro o aislado en la dinámica híbrida y participativa de la cultura de convergencia. Pero, ¿cómo examinar la hibridez del periodismo de televisión en la cultura de convergencia?

Sabemos que el periodismo de televisión se estableció históricamente sobre fundamentos como la lógica de la velocidad y la preferencia por el «en directo» (Marcondes Filho, 2000), y que el periodismo transmedia, típico de la cultura de la convergencia, opera por expansión, explotación y diversidad de puntos de vista (Scolari, 2013). Los términos no son contradictorios, pero no toda información periodística en red debe caracterizarse como transmedia, ya que la misma se traduce en innovaciones de lenguaje y en procesos sofisticados de participación ciudadana (Alzamora y Tarcia, 2012), lo que nos lleva a pensar en el alcance de la noción de transmedia como categoría explicativa del periodismo multiplataforma en la cultura de convergencia.

El término *transmedia* corresponde a la narración de una historia de manera integrada a través de distintos medios de comunicación en los cuales las audiencias participan añadiendo contenidos. Aunque el concepto de *transmedia* se haya desarrollado principalmente en el campo del entretenimiento, es cada vez más utilizado en la dinámica periodística basada en la distribución multiplataforma y en la participación ciudadana.

Del mismo modo que la dinámica transmedia observada en las esferas del entretenimiento, el periodismo transmedia opera por expansión de la narrativa periodística en plataformas integradas en las cuales las audiencias participan de manera comprometida, añadiendo y compartiendo contenidos a través de conexiones digitales, en especial en las redes sociales en línea (Renó y Ruiz, 2014). Por lo tanto, es fundamental que los ciudadanos expandan la narrativa periodística hacia otros sitios de Internet en acciones colectivas que introduzcan nueva información a la perspectiva periodística, o incluso que cambien la información periodística original, editándola y haciendo *collages*.

Según Renó y Ruiz (2014), el periodismo transmedia se desarrolla a partir del periodismo ciudadano, en el que la circulación de información es más amplia en las conexiones digitales, siendo los ciudadanos parte del proceso de producción de información. En consecuencia, participan de manera comprometida, añadiendo y

compartiendo contenidos en las conexiones digitales. La información periodística en dinámica transmedia es construida a partir de la conjugación de dos o más medios de comunicación, y su expansión ocurre a través de acciones integradas entre periodistas y ciudadanos, lo que puede dar lugar a nuevas posibilidades de lenguaje.

Cabe señalar que la dinámica transmedia, que es participativa, se basa en la dinámica intermedia, que no tiene que ser participativa. La dinámica intermedia se refiere a los intercambios de significados y a los procesos de afectación mutua que caracterizan a la producción integrada y a la circulación de información en el cruce de dos o más medios de comunicación (Wenz, 2008). En general, la dinámica intermedia en las conexiones digitales tiene en cuenta la posibilidad de la participación ciudadana, aunque los modos de participación ciudadana más comunes en la dinámica intermedia en conexiones digitales se limitan a acciones como comentar y compartir, las cuales no cambian la composición de la información periodística en circulación intermedia. En cambio, la participación ciudadana en la dinámica transmedia, que se desarrolla en las conexiones digitales, se basa en procesos de coproducción de la información entre periodistas y ciudadanos. La información que circula en dinámica transmedia tiene en cuenta las acciones periodísticas previamente planeadas y las imprevisibles acciones ciudadanas que pueden añadir información y cambiar la información periodística original, editándola y haciendo *collages* en conexiones de redes sociales en línea.

Aunque la dinámica transmedia esté basada en la dinámica intermedia, la diferencia es que la participación ciudadana, cuando se produce en la dinámica intermedia, no es muy elaborada ni tampoco decisiva en la expansión de la información hacia otros sitios de Internet. En cambio, en la dinámica transmedia la expansión de la narrativa en medios distintos a través de la participación ciudadana es un aspecto fundamental en el proceso. En suma, la dinámica periodística intermedia se refiere a estrategias integradas de producción periodística en el cruce de dos o más medios de comunicación, mientras que la dinámica periodística transmedia, además de integrar dos o más medios, se desarrolla a través de la participación ciudadana añadiendo efectos imprevisibles en la configuración de la información periodística en conexiones digitales.

De todas formas, la dinámica transmedia y la dinámica intermedia emplean aspectos del lenguaje multimedia, ya que en ambas los contenidos volverán permeables varias plataformas mediáticas y, en consecuencia, tendrán que adaptarse a diferentes características de lenguaje. Según Fondevila Gascón (2010), el concepto de *multimedia* se refiere al conjunto de diferentes medios de comunicación, de las industrias culturales en el área de la comunicación y del sector cultural, hasta la combinación tecnológica que genera un encuentro entre la comunicación audiovisual, la informática y las telecomunicaciones. De esta manera, tanto en televisión como en Internet la información es multimedia cuando, además de los recursos audiovisuales de la televisión, que ya son recursos híbridos del lenguaje, son utiliza-

dos recursos escritos, gráficos e interactivos, a parte de recursos del lenguaje característicos, como los típicos de redes sociales en línea. Los contenidos multimedia circulan en las conexiones digitales en torno a la configuración multiplataforma de la televisión contemporánea en dinámicas intermedia que se vuelven transmedia cuando son participativas, intercambiables, globales y expandibles. En este escenario mencionado, híbrido e inexacto, se investigó la cobertura periodística de TV3 y su canal de noticias 3/24 sobre el 9-N, la designación social de la consulta popular hecha el 9 de noviembre de 2014 sobre la soberanía de Cataluña.

3. Sobre el 9-N

Las estrategias editoriales adoptadas por TV3 para cubrir el tema de la soberanía de Cataluña tuvieron en cuenta la motivación y el compromiso social de los ciudadanos con esta cuestión. TV3 es referencia como estación de televisión en Cataluña; por esta razón es ideal como medio para el estudio de estrategias editoriales multiplataforma que hacen permeables la televisión y las redes sociales en línea, como es el caso de Facebook, en el contexto de gran movilización social investigado. Por lo tanto, la cobertura periodística del tema hecha por TV3 y su canal de noticias 3/24 en interfaz con Internet es distinta porque el tema genera participación ciudadana diferenciada. Según el periódico *La Vanguardia* —que se publica en castellano y en catalán desde Barcelona— el proceso de participación ciudadana en la consulta realizada el 9 de noviembre de 2014 por la Generalitat de Catalunya, a pesar de la recurrente negativa del Gobierno central de España, alcanzó un 80,7 % en apoyo al «sí» en un universo de 2.250.000 votos.³

La consulta popular del 9-N fue convocada por la Generalitat de Catalunya tras un historial de movilizaciones sociales a su favor ocurridas a lo largo de los últimos años. El objetivo fue conocer la opinión de los ciudadanos catalanes sobre si la comunidad autónoma de Cataluña debería ser un estado y si ese estado debería ser independiente. Después de haber sido impugnada dos veces, la consulta fue declarada inconstitucional por la Sentencia 31/2015, del 25 de febrero de 2015, dictada por el Tribunal Constitucional.⁴

La decisión del Gobierno de Cataluña (con fecha de 4 de noviembre de 2014) de mantener la consulta, a pesar del acuerdo unánime del Tribunal Constitucional por la suspensión provisional del proceso del 9-N,⁵ fue arriesgada, teniendo en cuenta que el Gobierno de España había impugnado el mecanismo alternativo para hacer la consulta el 29 de octubre de 2014. Por ello, la consulta se llevó a cabo en la forma de un simulacro, como un proceso simbólico, sin valor legal, ocurrido después de una gran llamada a la movilización social.⁶

Para los catalanes la realización de la consulta era fundamental, ya que el proceso que culminaría en el 9-N estaba en marcha desde al menos el 25 de noviem-

bre de 2012, fecha de las elecciones al Parlament de Catalunya, cuando se estableció el compromiso por parte de la mayoría parlamentaria de los partidos que se habían presentado a las elecciones de llevar a cabo una consulta sobre el derecho a decidir el futuro político de Cataluña.⁷ El 11 de septiembre de 2013, día en que los catalanes celebran la Diada —Día Nacional de Cataluña—, el independentismo catalán consiguió un apoyo masivo a la cadena humana de 400 kilómetros de longitud que, pasando por la capital, Barcelona, unió los extremos de Cataluña bajo el lema «Vía Catalana hacia la Independencia».⁸ Según la información de la Guardia Urbana de Barcelona,⁹ el 11 de septiembre de 2014, la conmemoración de la Diada reunió a 1,8 millones de personas en Barcelona durante la manifestación en forma de «V», en referencia al lema de los independentistas.

La movilización social para la realización de la consulta penetró simultáneamente en las calles y en las redes sociales en línea, siendo este proceso comunicacional característico de las movilizaciones sociales en la contemporaneidad. Un caso emblemático en España es el del 15-M de 2011, en el cual la movilización en las calles estuvo estrechamente vinculada a la difusión de contenidos ciudadanos por redes sociales en línea (Alzamora y Braga, 2014). Un ejemplo relativo al 9-N es la *cassolada* contra la suspensión del 9-N,¹⁰ cuyos ruidos se escucharon en las calles cada noche, a las 22 horas, entre el 4 de noviembre de 2014, fecha de la impugnación de la consulta, y el 8 de noviembre del mismo año, día anterior a su realización. La *cassolada* tuvo un fuerte efecto en las redes sociales en línea, en los enlaces entre grupos de amigos en el WhatsApp y en redes más amplias que se formaron en torno a Twitter y Facebook, por ejemplo.

El tema de la soberanía de la región movilizó fuertemente no solo a los catalanes, sino a toda la población española, ya que afecta a la configuración geopolítica del país. Sin embargo, se esperaba que el planteamiento editorial de TV3 respecto a la cuestión de la soberanía fuese distinto, ya que la emisora, la primera en transmitir exclusivamente en catalán, estuvo siempre volcada en el desarrollo de la cultura y en la normalización lingüística del idioma catalán.¹¹ De esta forma, TV3, en emisión conjunta con su canal de noticias 3/24,¹² hizo la cobertura periodística del tema de forma diferenciada, incluyendo en la programación especiales informativos multiplataforma, uno de los cuales fue elegido como enfoque empírico en esta investigación.

4. El periodismo multiplataforma y participativo de TV3

La primera transmisión de TV3, Televisió de Catalunya, tuvo lugar el 10 de septiembre de 1983, un día antes de las conmemoraciones de la Diada de Catalunya. Empieza, de esta forma, dejando muy explícitos sus fuertes vínculos con la cuestión de la soberanía de la región.¹³ TV3, que actúa según el modelo *broadcasting*, estre-

nó en 2003 su canal temático de información, el 3/24, con transmisión en *narrowcasting*. En 2004, con el TV3alacarta, TV3 fue la primera televisión en España en disponer de un servicio de video bajo demanda en Internet¹⁴ y, por lo tanto, la primera en actuar en sistema *webcasting*. Desde 2010, TV3 publica también en redes sociales en línea, como Facebook. Ello permite que la emisora pueda invertir en productos multiplataforma con potencial transmedia, como lo que investigamos aquí.

Según Micó y Barbosa (2009), el proceso de distribución multiplataforma de TV3 empezó en 2007, cuando se estrenó en Internet el portal de noticias 3/24.¹⁵ Por lo tanto, el 3/24 fue el primer canal de TV3 en actuar simultáneamente por Internet y televisión. Las razones dadas para esa táctica, según los autores, son las siguientes: la adaptación a los nuevos hábitos de consumo, referente al cambio de un público masivo a una audiencia fragmentada, y el mejor uso editorial de los recursos de lenguaje, relacionado con compartir información y plataformas bajo la misma coordinación editorial del producto periodístico.

Por consiguiente, la cobertura del 9-N hecha en cooperación entre TV3 y el 3/24 estuvo de acuerdo con la experiencia que el 3/24 ya acumulaba en producción multiplataforma. Además, la singularidad política del momento, con la incertidumbre acerca de la realización de la consulta, esperó de TV3 una cobertura cuidadosa y diferenciada del tema. La concepción editorial adoptada tuvo en cuenta que la movilización social acerca de la soberanía era notable. Esta percepción se fue construyendo a lo largo del trayecto editorial de TV3 sobre la soberanía de la región.

Desde su primera transmisión, en 1983, planeada para integrar las conmemoraciones de la Diada, TV3 se posicionó favorable a la soberanía de Cataluña. El canal de noticias 3/24 inició su actividad el 11 de septiembre de 2003, también vinculada con las conmemoraciones de la Diada, y desde entonces ha estado cubriendo las cuestiones relativas a la soberanía de Cataluña. De esta forma, el tema fue discutido con detalles en 2014 en, al menos, dos grandes especiales periodísticos de TV3 y el 3/24: a) programa sobre el Once de Septiembre, la Diada, en que los periodistas solicitaron colaboración ciudadana en forma de envío de fotos por Instagram bajo la etiqueta *ViaCatalanaTV3*,¹⁶ y b) programa del 9 de noviembre acerca de la realización de la consulta sobre la soberanía de Cataluña y en que se solicitó colaboración ciudadana a través del envío de fotos y tuits geolocalizados bajo la etiqueta *#9NTV3* y *#9N*.¹⁷

Aunque los especiales periodísticos multiplataforma y participativos acerca de la Diada y del 9-N sean editorialmente relacionados entre sí, este estudio examina solo el especial periodístico 9-N, *la votació* a través de la observación sistemática de las publicaciones periodísticas de TV3 y el 3/24 en Facebook, así como las acciones ciudadanas de comentar y compartir, entre el 1 y el 30 de noviembre de 2014, a pesar de que el especial periodístico fue transmitido el 9 de noviembre.

Decidimos llevar a cabo la observación sistemática en Facebook porque esta es la red social en línea más importante de España, según los datos del informe *Reu-*

ters Institute Digital News Report 2014: España.¹⁸ Los datos divulgados muestran que las cuatro plataformas sociales más empleadas para seguir la actualidad informativa en España son Facebook, con uno de cada dos usuarios; WhatsApp, con uno de cada cuatro, seguido de cerca por Twitter y YouTube, ambos con uno de cada cinco usuarios. El mismo informe apunta que los menores de 35 años tienen sus fuentes de información equilibradas entre las redes sociales en línea y la televisión, hecho que legitima nuestro enfoque metodológico basado en la observación sistemática de la cobertura de TV3 y el 3/24 registrada en Facebook sobre el tema de la independencia de Cataluña.

Para evaluar las huellas de las acciones de compartir en conexiones de redes sociales en línea vinculadas a la página de Facebook de TV3, también se realizó una búsqueda de las etiquetas #9NTV3 y #9N en Google. La búsqueda nos dio 8.300 resultados relativos a #9NTV# y 152.000 resultados relativos a #9N, lo que demuestra la relevancia de la estrategia editorial basada en el uso social de la etiqueta #9N a la cual TV3 buscó vincularse. Por lo tanto, el estudio de caso del especial periodístico *9-N, la votació* registrado en Facebook tuvo en cuenta no solo las publicaciones periodísticas de TV3 y el 3/24, sino también las interacciones que se producen en las conexiones de redes sociales en línea desde Facebook acerca de las etiquetas propuestas para la participación social en el especial periodístico.

Además, la elección metodológica a partir del especial periodístico *9-N, la votació* se basó en la convicción de que la movilización social acerca de la consulta sería muy intensa, ampliando el interés general por la cobertura. Esta hipótesis fue comprobada por los datos generados de Google Trends, que revelan los términos más consultados en diversas regiones y en varios idiomas. La búsqueda por «TV3; 324; 9N» en España en 2014 demuestra que en noviembre de 2014 se concentran las tasas más altas del año de búsqueda por estos términos. El día que concentra más búsquedas es el 9 de noviembre de 2014, cuando se emitió el especial periodístico *9-N, la votació*.

5. La dinámica intermedia de TV3 y el 3/24 en Facebook

La dinámica intermedia, una dinámica de afectación mutua, genera interferencia y cambio de significaciones en los medios que se funden en ese proceso de comunicación (Wenz, 2008), porque los medios de comunicación son maleables, porosos y absorbentes. Esta concepción es coherente con la definición de los medios hecha por Silverstone (2002). De acuerdo con él, los mismos medios son procesos de mediación en los cuales se intercambian significados a través de la circulación de textos. La concepción de medio de comunicación como mediación, según el autor, se refiere al entendimiento de que la constante circulación de un texto mediático a

otro lleva a una perdurable transformación de los significados en cada medio. En este proceso, de acuerdo con Silverstone (2002), se acoplan los productores y los consumidores de información, y estos últimos actúan sobre los textos mediáticos desde la perspectiva de la interpretación. Se trata pues de una concepción de medio de comunicación adecuada para entender la dinámica intermedia, ya que señala la afectación mutua entre los medios de comunicación desde la noción de mediación.

Sin embargo, la mediación es un proceso incesante de transformación de significados en el cual se reconocen las marcas de textos anteriores en una nueva configuración textual. Eso es lo que ocurre cuando TV3 y el 3/24 comparten sus logotipos en Facebook. Todo lo que se reconoce de cada emisora de televisión es una forma de mediación inscrita en otra y ambas inscritas en Facebook. Las audiencias actúan en esta dinámica intermedia a través del reconocimiento de las marcas simbólicas de TV3 y el 3/24 que circulan en Facebook en régimen de afectación mutua (Wenz, 2008), ya que los medios de comunicación, según Silverstone (2002), son procesos de mediación.

Desde el punto de vista periodístico, la dinámica intermedia de la cobertura multiplataforma del 9-N practicada por TV3 y el 3/24 en Facebook funciona por superposición de las marcas simbólicas, que son mediaciones institucionales, lo que fortalece la idea de la televisión como una marca (Jost, 2010) a pesar de su circunstancial ubicación mediática. Siendo así, la audiencia reconoce la marca de la Televisió de Catalunya en Facebook, en sus segmentos TV3 y el 3/24, aunque los procesos de comunicación en redes sociales en línea sean distintos de los de la televisión. Por lo tanto, el periodismo multiplataforma destaca las diferencias de los medios de comunicación, pero los integra bajo el interés que el tema despierta en las audiencias que influyen en las conexiones digitales.

En suma, hay que tener en cuenta que TV3 logró gran audiencia y éxito al producir el especial periodístico *9-N, la votació* en dinámica intermedia con su canal de noticias 3/24, no solo porque se basó en un sofisticado proyecto editorial multiplataforma, sino sobre todo porque históricamente la emisora se destaca por hacer la cobertura de los hechos relativos a la soberanía de la región con un tono amigable, como ya se dijo. Sin embargo, la postura abiertamente favorable al independentismo, aparte de la recepción positiva, generó también críticas. El Sindicat de Periodistes de Catalunya, por ejemplo, consideró que el tema fue sobredimensionado en la medida en que otros, de igual relevancia, fueron infravalorados, como el caso de Pujol y las cuentas familiares ocultas en Andorra y corroboradas por el patriarca del nacionalismo catalán.¹⁹ El Sindicat de Periodistes pidió a la dirección de TV3 que actuase con criterios periodísticos más claros a la hora de decidir hacer programas especiales y que utilizase los mismos argumentos para los hechos que fueran de interés para los ciudadanos catalanes.²⁰

Más allá de las críticas, la cadena TV3 logró alcanzar una audiencia significativa, tanto en las conexiones de las redes sociales en línea, como es el caso de Facebook,

como en sus programas de televisión, como el *Telenotícies*, noticiario que es, según Baget Herms (2003), la pieza clave del periodismo de TV3. La transmisión del especial periodístico *9-N, la votació* en la televisión fue hecha en vínculo con las ediciones diarias del *Telenotícies*. De acuerdo con información publicada por Focus Media, empresa especializada en la medición de audiencia de los medios, TV3 fue la cadena más vista el 9 de noviembre de 2014 en Cataluña, siendo el canal 3/24 el tercer canal más visto del día.²¹ De acuerdo con el periódico *La Vanguardia*, las emisiones conjuntas de TV3 y el 3/24 sobre el 9-N, en el especial periodístico y en sus otros programas de información en la televisión, como es el caso del *Telenotícies*, catapultó a TV3 como la cadena más vista el 9 de noviembre en Cataluña. En este día, el *Telenotícies migdia* alcanzó un 30,4 % de audiencia en su emisión. A continuación, en el horario de las 19 horas, se exhibió el especial periodístico *9-N, la votació*, que alcanzó el 32,6 % de cuota de pantalla. A las 22 horas del mismo día dieron la segunda edición del especial periodístico *9-N, la votació* con una entrevista a Artur Mas, presidente de la Generalitat de Catalunya. El programa sumó el 21 % de cuota de pantalla. La siguiente edición del programa, que empezó a las 23.55 horas, logró el 31,1 % de cuota de pantalla con la divulgación de los resultados de la votación del 9-N.²² Los datos apuntan que la dinámica intermedia que delineó las ediciones del especial periodístico *9-N, la votació*, producido por TV3 en emisión conjunta con el canal 3/24, situó a la cadena de televisión en picos de audiencia el 9 de noviembre de 2014.

Este tipo de emisiones conjuntas, sin embargo, no es una novedad en el periodismo de TV3. En el año 1992, cuando tuvo un rol destacado en los Juegos Olímpicos de Barcelona, TV3 actuó en colaboración con Televisión Española. En gestión conjunta, TV3 y TVE gestaron el Canal Olímpic, que utilizó la frecuencia del Canal 33 para transmitir durante los Juegos Olímpicos. A través del Canal Olímpic, TV3 y TVE establecieron colaboración e intercambiaron informaciones, en clara configuración intermedia.

Según Baget Herms (2003), el acuerdo entre TV3 y TVE, que desembocó en la creación del Canal Olímpic durante los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992, fue especialmente importante ya que permitió la transmisión de los Juegos en catalán para una gran audiencia. Por lo tanto, las estrategias editoriales conjuntas en el cruce de dos o más medios, a las cuales llamamos *dinámica intermedia*, fueron desarrolladas por TV3 desde transmisiones televisivas agregadas hasta estrategias editoriales multiplataforma y participativas, como es el caso del especial periodístico *9-N, la votació* producido por TV3 y el 3/24 en 2014.

De hecho, esta dinámica intermedia no solo se refiere a la cooperación periodística acerca de un proyecto editorial común, como la cobertura del Canal Olímpic en 1992, sino también a la colaboración ciudadana en redes sociales en línea con relación al mismo proyecto, como ocurre en el especial periodístico *9-N, la votació*. Uno de nuestros planteamientos es si esta dinámica periodística intermedia, que es multiplataforma y participativa, condujo a la transformación de la información pe-

riodística a través de la participación ciudadana, como presupone la dinámica transmedia.

El especial periodístico *9-N, la votació* fue presentado en dos ediciones, una a las 19 horas (inmediatamente antes del *Telenotícies*) y otra programada para las 22 horas y que presentó un análisis del resultado de la votación. El especial periodístico fue anunciado con antelación en Facebook por TV3 bajo las etiquetas #9N y #9NTV3, a través de las cuales se conectaba esta publicación a diversas otras creadas por ciudadanos bajo etiquetas con los mismos nombres en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y otras redes sociales en línea. La estrategia fue parte de la campaña de TV3, que solicitó a los ciudadanos el envío de informaciones con estas etiquetas para el especial informativo.

La publicación del 9 de noviembre de 2014 en Facebook mantuvo un enlace a la página de TV3 en Internet, en la cual el título «El 9-N a TV3» se vinculaba a la «programación especial TV3, 3/24 y 324.cat del 9-N». ²³ El texto informativo explicaba que durante todo el día el *Telenotícies*, el 3/24 y el especial *9-N, la votación* iban a mantener conexiones entre diferentes partes de Barcelona y entre otras capitales catalanas. A continuación, el texto informativo destacaba que el portal de noticias 324.cat presentaría cobertura diferenciada del 9-N e invitaba a los ciudadanos a hacer contribuciones mediante el envío de tuits geolocalizados con la etiqueta #9NTV3, además de vídeos del 9-N, en clara alusión a la dinámica intermedia proyectada para el especial periodístico *9-N, la votació*. La perspectiva multiplataforma y participativa destacada en el texto anunciaba que sería construido «El mapa del 9-N», ²⁴ parte del especial periodístico, con la colaboración de los ciudadanos y a partir de sus comentarios.

En escenario multiplataforma, por lo tanto, la televisión se vuelve híbrida, y se ubica en torno a innumerables pantallas y en conexión con redes sociales en línea (Ramonet, 2011), de conformidad con los supuestos de la dinámica intermedia. De hecho, las superposiciones de mediaciones en la dinámica intermedia, que destacan los logotipos de la televisión de origen, logran fortalecerla en lugar de debilitarla. Ello es debido a la integración entre diferentes tipos de audiencias, que, aunque fragmentadas, se conectan alrededor de la mediación televisiva dispersa en red intermedia. De esta forma, el cruce entre mediaciones de TV3 y del 3/24 en Facebook acerca del 9-N representa bien los modos híbridos de la televisión contemporánea. De hecho, hoy en día, la dinámica intermedia es típica de la televisión, que es híbrida, multiplataforma y participativa, como lo es el periodismo contemporáneo que tiene la televisión como origen. La cuestión es: ¿hasta qué punto la participación social genera cambio significativo de la información periodística en las conexiones digitales, según el supuesto conceptual de la dinámica transmedia?

Es cierto que, en escenario convergente, la audiencia del periodismo de televisión se complementa en la audiencia del periodismo en las redes sociales en línea. La audiencia se queda fragmentada en este escenario convergente, a pesar de ser más compleja al estar formada no solamente por grandes colectivos, que son típi-

cos de los canales de televisión, sino también por público típico de colectivos más pequeños, como los agregados sociales de las redes sociales en línea (Fernández, 2013). Según Díaz-Noci y Tous-Rovirosa (2012), la audiencia periodística se queda fragmentada y poco cohesionada en el escenario de distribución multiplataforma. Por otro lado, se vuelve más espesa porque es más diversificada.

La observación de las audiencias de TV3 en emisión conjunta con el 3/24 sobre el 9-N en Facebook confirma la perspectiva de Díaz-Noci y Tous-Rovirosa (2012) de que la audiencia es poco cohesiva en distribución multiplataforma, que se refiere al contexto de la dinámica intermedia. En cambio, logra tener más cohesión cuando se convierte en dinámica transmedia, como veremos más adelante.

Aunque la mencionada publicación de TV3 en Facebook, relativa al especial periodístico 9-N, *la votació*, haya registrado solo dos acciones de compartir y diecinueve de «me gusta», las etiquetas #9N y #9NTV3 en la misma publicación agregaron innumerables contribuciones a partir de redes sociales en línea, hecho que señala la densidad de la audiencia fragmentada bajo etiquetas del tipo *hashtag*, lo que parece referirse a la dinámica de transmedia, como se verá más adelante. Además, confirma la idea de Fernández (2013) de que las audiencias en redes sociales en línea se caracterizan por un visionado cada vez más heterogéneo y fragmentado, así como por ser también interpeladas desde una cuestión de identidad, producto de las mediaciones que desde esta relación se originan.

En el marco de la dinámica transmedia las audiencias son fragmentadas y heterogéneas pero organizadas desde una cuestión de identidad, que, en este caso, tuvo como símbolo las etiquetas #9N y #9NTV3. De acuerdo con Bauman (2005), la identidad no es algo fijo como una roca, sino negociable en las decisiones que el individuo lleva en sus caminos y opciones. El uso social de las etiquetas que han sido propuestas por TV3 revela estos caminos y opciones individuales en las conexiones digitales en torno a una cuestión de la identidad relativa a la soberanía en la región.

Según Martori Muntsant (2014), el modelo de televisión pública local o de proximidad —como es el caso de TV3 en Cataluña— ha evolucionado substancialmente en su adaptación a la era digital. Por lo tanto, aun de acuerdo con Martori Muntsant (2014), la televisión local desarrolla un papel primordial de preservación de las identidades locales de los ciudadanos, que buscan la proximidad cultural y su propia identificación en una sociedad de la información cada vez más interconectada. De hecho, es lo que se observa en el caso de las emisiones conjuntas de TV3 y su canal de noticias 3/24 sobre el 9-N en sus variadas pantallas, y en las publicaciones periodísticas y ciudadanas bajo las etiquetas #9N y #9NTV3. Los ciudadanos buscaron proximidad e identidad cultural a través de la televisión de referencia en su territorio, y bajo los enlaces y etiquetas propuestos por la emisora construyeron sus propios caminos en conexiones digitales.

Martori Muntsant (2014) observa que la intensificación del uso de las redes de intercambio de contenidos tiene relación con un modelo de televisión digital local

en el cual se produce una mayor dependencia de intercambio de contenidos por parte de los prestadores audiovisuales. El escenario actual de la televisión digital local, por lo tanto, involucra diversidad de pantallas y de procesos comunicacionales en los cuales las audiencias se quedan activas en relación con los contenidos audiovisuales que reciben. Las audiencias comentan y comparten en las conexiones de las redes sociales en línea aquello que les toca en un proceso de identificación. Esto es lo que se observa en la publicación ciudadana bajo las etiquetas #9N y #9N/TV3 vinculadas a la publicación de TV3 en Facebook. Los enlaces a partir de las etiquetas llevaban a una serie de publicaciones ciudadanas bajo las mismas etiquetas, las cuales, a su vez, llevaban a publicaciones semejantes en otros sitios de Facebook, Twitter y YouTube, constituyendo una cadena transmedia, además de intermedia, de contribuciones ciudadanas que compartían un vínculo con el especial informativo de TV3 y el 3/24. Este vínculo, basado en la identidad local, transformó la dinámica intermedia en dinámica transmedia, como veremos más adelante.

De la misma manera que TV3, el 3/24 también publicó en Facebook bajo las mismas etiquetas,²⁵ además de las constantes referencias que una emisora de televisión hizo a la otra en sus publicaciones sobre el 9-N en Facebook, en clara dinámica intermedia. Esa dinámica es perceptible a lo largo del año 2014, como prueba la publicación del 3/24 en Facebook, con fecha del 15 de octubre de aquel año, que dio a conocer una campaña de la Generalitat para captar voluntarios para la realización de la consulta. La publicación registró 260 acciones del tipo «me gusta» y 104 acciones de compartir.²⁶ Esta publicación aparece otra vez relacionada con la de TV3 del 9 de noviembre de 2014, lo que demuestra que la lógica temporal del periodismo multiplataforma es diferente de la del periodismo de masa porque se vincula a la lógica de la base de datos, de forma que constituye una especie de temporalidad diferida (Weissberg, 2004).

De este modo, las estrategias editoriales intermedia de TV3 y el 3/24 en Facebook tienen el referente en un tipo de televisión que se configura en las vinculaciones que las audiencias producen a partir de los contenidos que comentan y comparten. No se pretende simplemente actuar para alcanzar público amplio y heterogéneo, como lo hizo la televisión en su momento *broadcasting*, sino también buscar un segmento específico de intereses semejantes, situación común en procesos de comunicación del tipo *narrowcasting*, así como en conexiones de redes sociales en línea en contexto de multiplicación de pantallas y de procesos comunicacionales en los cuales la audiencia participa activamente, como es el caso de los procesos de comunicación del tipo *webcasting*. En escenario convergente se cambian no solamente las estrategias editoriales, que se vuelven maleables a las contribuciones ciudadanas, sino la lógica temporal que influye en las publicaciones periodísticas en conexiones textuales variadas. Lo que cambia, por lo tanto, es la concepción del periodismo cuando este asume características de lenguaje típicas de la dinámica intermedia contemporánea, que es participativa además de multiplataforma. La transformación de la dinámica intermedia en dinámica transmedia

depende del grado de participación y de su impacto en la naturaleza de la información periodística, como veremos más adelante.

6. Desde la dinámica intermedia hasta la dinámica transmedia

Aunque las dinámicas intermedia y transmedia casi siempre aparezcan mezcladas en los procesos contemporáneos de comunicación, configuran conceptos distintos. Toda dinámica transmedia es también intermedia, pero no toda dinámica intermedia es transmedia. Básicamente, la dinámica intermedia, en la cual la participación ciudadana no es esencial, presupone la composición de un mensaje en el cruce de dos o más medios de comunicación. Para convertirse en dinámica transmedia, la dinámica intermedia debe tener en cuenta la participación ciudadana en acciones como comentar, compartir y recombinar textos mediáticos, además de la producción ciudadana propia. Consecuentemente, la dinámica transmedia se desarrolla en las conexiones digitales a través de los movimientos mediáticos ciudadanos y casi siempre resulta en innovaciones de lenguaje.

Según Jenkins (2006), la dinámica transmedia se propaga en los procesos de comunicación verticales, desencadenados por las industrias mediáticas, y en los procesos de comunicación horizontales, que tienen origen en acciones ciudadanas. Es la integración entre los dos procesos de comunicación, vertical y horizontal, lo que caracteriza la dinámica transmedia. Además, cada medio de comunicación que integra la dinámica transmedia debe, según Jenkins (2006), contribuir lo mejor que pueda con el todo de la narrativa, que se complementa más allá de cada medio, aunque sea comprensible e independiente en cada uno de ellos.

A pesar de que la dinámica intermedia haya representado la situación comunicativa predominante en la cobertura periodística del 9-N llevada a cabo por TV3 y el 3/24 en Facebook en noviembre de 2014, hemos observado la presencia de la dinámica transmedia en algunas situaciones muy ricas en términos de actividad comunicativa. En general, la dinámica transmedia verificada se refiere a acciones de comentar y de compartir que trasladan la información periodística de Facebook hacia otras plataformas, en especial a YouTube y a Twitter. Cada movimiento mediático provocado por los ciudadanos desde las publicaciones de TV3 y el 3/24 en Facebook conducen a otras publicaciones similares en sus redes de amigos, y así sucesivamente, y forman una red de información amplia y diversa que tiene la información periodística como fuente. Todavía es también transmedia la situación comunicativa en la cual publicaciones ciudadanas integran las publicaciones periodísticas bajo las mismas etiquetas, es el caso de los *hashtags* #9NTV3 y #9N.

En ambos casos, la participación social derivó en una combinación de distintos puntos de vista dispersados en diferentes conexiones digitales, antes que en un

punto de vista periodístico original. Es notable, en los dos casos, la expansión ciudadana de la información periodística en una dinámica social, colectiva y variada, pero es aún más significativa, desde el punto de vista de la dinámica transmedia, la configuración social de mensajes construidos a partir de *hashtags*, pues sintetiza procesos de coproducción entre periodistas y ciudadanos bajo intereses de información coincidentes.

Aunque la mayoría de los vídeos disponibles en YouTube sobre el especial periodístico *9-N, la votació* haya sido publicada por TV3 y el 3/24, en algunos casos observados desde Facebook, los ciudadanos rescatan fragmentos del especial periodístico *9-N, la votació* de TV3 y el 3/24 y los retransmiten desde sus propias publicaciones.²⁷ Ese proceso es posible porque la dinámica transmedia se basa en la dinámica intermedia, que se compone hoy en día de textos digitales ajustables. En formato digital, la dinámica intermedia proporciona las condiciones ideales para que los ciudadanos se apropien de los textos digitales y los recombinen en acciones de fragmentación y edición para distribuirlos en varias plataformas (Wenz, 2008). Todavía, la situación transmedia más común fue la vinculación de publicaciones periodísticas de TV3 y del 3/24 en Facebook con publicaciones ciudadanas en variadas redes sociales en línea bajo las etiquetas *#9N* y *#9NTV3*, de acuerdo con la sugerencia hecha por TV3 a partir de su especial *9-N*.

La etiqueta *#9NTV3* divulgada en Facebook el 9 de noviembre de 2014 lleva hacia ocho publicaciones ciudadanas, de las cuales cinco se vinculan a publicaciones cuyo origen es Twitter, lo que demuestra la configuración intermedia desde las conexiones de redes sociales en línea, que actualmente es común en dinámica transmedia. La publicación que registra más acciones de compartir, catorce en total, enlaza con cuarenta y una publicaciones en Twitter bajo la misma etiqueta, de las cuales tres son publicaciones de TV3, cinco de 3/24 y cuatro de 324.cat, lo que evidencia la vitalidad de las emisiones conjuntas de TV3 y el 3/24 en agregar informaciones bajo la etiqueta *#9NTV3* en una cadena ciudadana que se formó más allá de Facebook, en conexiones de redes sociales en línea. Los datos señalan, todavía, que es imponderable la extensión de las interferencias ciudadanas en la dinámica periodística transmedia observada, ya que no es viable delimitar una red en constante proceso de expansión.

Finalmente, se observó que las publicaciones de TV3 bajo las etiquetas *#9N* y *#9NTV3* enlazaban con publicaciones ciudadanas en otras redes sociales en línea, como Twitter, Instagram, YouTube y Facebook, en las cuales puntos de vista distintos se sumaban a la información periodística original. Por lo tanto, la red intermedia que se formó en torno a estas etiquetas, de fuerte inclinación ciudadana, es también transmedia porque opera por expansión, explotación y diversidad de puntos de vista (Scolari, 2013). Del mismo modo, las etiquetas *#9N* y *#9NTV3* destacaron la intención de TV3 de estar en sintonía con las formas contemporáneas de producción y difusión de información en las redes sociales en línea, herramientas esenciales en los procesos de movilización ciudadana actualmente. Esto subraya la

idea de que la dinámica transmedia deriva de la dinámica intermedia en conexiones digitales.

Hay que tener en cuenta la compatibilidad entre televisión y redes sociales en línea en la tarea de informar sobre los hechos cotidianos, lo que favorece la configuración de la dinámica transmedia. Si el periodismo televisivo se desarrolló bajo ideas tales como la velocidad y la preferencia por el directo (Marcondes Filho, 2000), las redes sociales en línea narran la historia en vivo y en directo (García, 2013). Hay, desde este punto de vista, una fuerte semejanza entre la lógica de comunicación del periodismo de televisión y la de los ciudadanos en redes sociales en línea. Sin embargo, según García (2013), con las redes sociales en línea el mensaje ya no es ni único ni unidireccional. El autor considera que a las fuentes emisoras se suma la capacidad de los receptores para convertirse en intermediarios de los mensajes, de manera que puedan modificarlos con aportaciones propias o cultivadas en el debate en red. El problema, según García (2013), es que, por un lado, los ciudadanos enriquecen el mensaje al convertirlo en más participado y colectivo, pero, por otro, pueden desvirtuar la calidad de la información original. Aunque el autor no esté hablando sobre el periodismo transmedia, sino sobre la participación ciudadana en las redes sociales en línea, su argumento es compatible con la discusión sobre el periodismo transmedia, ya que describe la actividad ciudadana de expandir la información periodística en los enlaces de redes sociales en línea.

No obstante, lo que se observa acerca de las publicaciones de TV3 en Facebook el 9 de noviembre de 2014, bajo las etiquetas #9N y #9NTV3 es que la información periodística no se corrompe con la participación ciudadana. Por otro lado, la información periodística puede reconfigurarse más allá de Facebook en acciones ciudadanas colectivas e imponderables. Sin embargo, las publicaciones ciudadanas están relacionadas con las publicaciones periodísticas en Facebook utilizando las mismas etiquetas en otras conexiones digitales. Las etiquetas, por lo tanto, operan como un hipervínculo a través del cual es posible agregar publicaciones variadas desde una forma significativa común. Los datos recogidos demuestran que esas etiquetas del tipo *hashtag* favorecen la dinámica transmedia en un contexto originalmente intermedia, pero no aseguran la veracidad de la información generada bajo estas etiquetas, más allá del contexto intermedia investigado.

Aunque no se haya observado una oferta periodística diferenciada y adaptada a cada entorno mediático, condición fundamental para la configuración de una narrativa periodística transmedia, de acuerdo con Sánchez, Rodríguez-Vázquez y García (2015), la información periodística investigada se expandió por redes sociales en línea en acciones ciudadanas colectivas y dispersas que se vinculaban a las publicaciones de TV3 y el 3/24 bajo las etiquetas #9N y #9NTV3. En sintonía con el movimiento que la audiencia produce a partir del contenido mediático, de manera fragmentada y continua (Jenkins, Ford y Green, 2013), los ciudadanos se apropiaron de la dinámica intermedia de TV3 y el 3/24 con las configuraciones típicas de la dinámica transmedia, y construyeron una narrativa fragmentada, flexible y va-

riable. Es notable que esta situación comunicativa solo haya sido posible porque las etiquetas #9N y #9NTV vincularon todas las distintas narrativas dispersas en conexiones de redes sociales en línea. Es, por lo tanto, un tipo de narrativa fragmentada y poco cohesionada, que solo se percibe cuando se transita entre las conexiones de las etiquetas. De esta manera, las etiquetas conducen a la composición de la narrativa transmedia en las conexiones intermedia y configuran el aspecto más importante de la narrativa transmedia investigada, puesto que integran publicaciones periodísticas y ciudadanas en conexiones digitales bajo la misma condición de identidad.

7. Conclusiones

El periodismo multiplataforma es tendencia en la época contemporánea porque la cultura de convergencia predomina en lugar de la cultura de masas en la cual el periodismo desarrolló sus especificidades mediáticas, como es el caso del periodismo de televisión. Actualmente, el periodismo de televisión se vuelve multiplataforma, por lo tanto, intermedia. Además, en conexiones de redes sociales en línea todos pueden intervenir, en algún grado, en los textos cuyo origen es el periodismo de televisión y recombinarlos, lo que es propio de la dinámica transmedia.

No solamente la televisión, sino todos los medios de comunicación, hoy en día, tienen algún grado de convergencia, ya que se basan en conexiones digitales que permiten la apropiación social de los textos mediáticos. De este modo, los ciudadanos participan en las narrativas de los medios comentando, compartiendo y produciendo información. Además, logran intervenir en los textos mediáticos que circulan en las conexiones digitales cuando los fragmentan, editan y comparten en sus redes personales.

La convergencia es visible en la dinámica intermedia y en la dinámica transmedia que caracterizan los procesos de comunicación del periodismo multiplataforma. En dinámica intermedia, los medios de comunicación intercambian significados en proceso de interferencia mutua. La dinámica transmedia se basa en la dinámica intermedia, pero presupone la expansión de la narrativa tanto en las acciones verticales de los medios de comunicación, como en las acciones horizontales de ciudadanos en conexiones de redes sociales en línea.

Observamos que las etiquetas del tipo *hashtag* pueden convertir dinámicas intermedia en dinámicas transmedia porque vinculan narrativas variadas, ciudadanas y periodísticas bajo la misma perspectiva temática. Es el caso de las publicaciones conjuntas de TV3 y del 3/24 en Facebook en noviembre de 2014, ocasión en que los ciudadanos fueron invitados a publicar en redes sociales en línea bajo las etiquetas #9N y #9NTV3.

Aunque la dinámica intermedia sea predominante en el escenario investigado,

observamos la existencia de algunas situaciones típicamente transmedia, relativas a la expansión de la narrativa periodística por ciudadanos bajo las etiquetas mencionadas. Por lo tanto, las etiquetas agregan las publicaciones periodísticas y ciudadanas por contigüidad de identidad, instaurando la formación de una narrativa transmedia que es heterogénea, dilatada e imponderable.

Notas

- 1** Gracias a Capes/Brasil (BEX 2390/14-0), CNPq y Fapemig por ayudas que subyacen en este estudio.
- 2** Dirección de correspondencia: Geane Alzamora. Avenida Antônio Carlos, 6627. Belo Horizonte, Brasil.
- 3** <<http://www.lavanguardia.com/politica/20141110/54419128780/9n-masivo-reclama-salida-politica.html>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 4** <http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-2832>. [Consulta: 22 mayo 2015].
- 5** M. LAMELAS (2014). «Mas propone un simulacro de consulta el 9N: "Habrá locales, urnas y papeletas"». *El Confidencial* [Madrid] (11 abril). <http://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2014-11-04/la-generalitat-mantiene-la-consulta-alternativa-a-pesar-de-la-suspension-del-tc_435024/> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 6** <http://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2014-10-14/mas-sigue-adelante-con-una-consulta-habra-lugares-abiertos-urnas-y-papeletas_239187/> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 7** <http://presidencia.gencat.cat/web/.content/ambits_actuacio/consells_assessors/can/informes_publicats/inf_19_castella.pdf> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 8** <http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/09/11/catalunya/1378887336_005710.html> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 9** <<http://www.lavanguardia.com/politica/20140911/54414923722/cifras-via-catalana.html>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 10** <<http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20141105/54418979828/nueva-cassolada-catalunya-contra-suspension-tc-9n.html>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 11** <https://www.facebook.com/tv3/info?tab=page_info> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 12** <<http://www.ccma.cat/tv3/El-9-N-a-TV3/noticia-arxiu/658800/>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 13** <<http://www.ccma.cat/corporatiu/es/el-grup/>> [Consulta: 28 mayo 2015].
- 14** <http://es.wikipedia.org/wiki/TV3_%28Catalu%C3%B1a%29> [Consulta: 28 mayo 2015].
- 15** <<http://www.ccma.cat/324/>> [Consulta: 28 mayo 2015].
- 16** <<http://www.ccma.cat/324/El-324cat-vol-les-vostres-fotos-de-la-Via-Catalana/noticia/2169751/>>
- 17** <<http://www.ccma.cat/324/Envians-els-teus-videos-del-9-N-i-les-teves-fotos-amb-tuits-geolocalitzats-a-noticia/2523311/>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 18** <<http://www.unav.edu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf>> [Consulta: 3 junio 2015].
- 19** M. PÉREZ (2014). «El caso Pujol, un asunto de Estado. La confesión de Jordi Pujol ha desatado un proceso judicial y político de consecuencias imprevisibles». *La Vanguardia* [Barcelona] (14 septiembre). <<http://www.lavanguardia.com/politica/20140914/54415942481/el-caso-pujol-un-asunto-de-estado-manel-perez.html>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 20** <<http://www.sindicatperiodistes.cat/es/content/especiales-informativos-s%C3%AD-hablar-de-todo-tambi%C3%A9n-s%C3%AD>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 21** <<http://www.focusmedia.es/datos-audiencia-09-de-noviembre-de-2014/>> [Consulta: 22 mayo 2015].
- 22** <<http://www.lavanguardia.com/television/audiencias/20141110/54419751982/audiencia-tv3-9n.html#ixzz3buH0nioP>> [Consulta: 29 mayo 2015].
- 23** <<http://www.ccma.cat/tv3/El-9-N-a-TV3/noticia-arxiu/658800/>> [Consulta: 28 mayo 2015].

124 <<http://www.ccma.cat/324/9-n/mapa-del-9-n/seccio-especial/590/1114/>> [Consulta: 28 mayo 2015].

125 <<https://www.facebook.com/324cat/posts/866039826753463>> [Consulta: 28 mayo 2015].

126 <<https://www.facebook.com/324cat/posts/866039826753463>> [Consulta: 29 mayo 2015].

127 <<https://www.youtube.com/watch?v=lrCEKhJGfng>> [Consulta: 2 junio 2015].

Bibliografia

ÁLVAREZ, M. E. B. (1991) *Organização, sistemas e métodos*. Vol. 1. São Paulo: McGraw Hill.

ALZAMORA, G.; BRAGA, C. (2014). «Las redes sociales, armas de protesta». En: FERRÉ PAVIA, C. (org.). *El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación: La investigación en España y Brasil*. Vol. 1. Bellaterra; Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació, p. 16-29.

ALZAMORA, G.; TARCIA, L. (2012). «Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo». *Brazilian Journalism Research* (São Paulo), vol. 8, p. 22-34.

BAGET HERMS, J. M. (2003). *La nostra: Vint anys de TV3*. Barcelona: Proa.

BAUMAN, Z. (2005). *Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi*. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

DIÁZ-NOCI, J.; TOUS-ROVIROSA, A. (2012). «La audiencia como autor: narrativas transmedia y propiedad intelectual del público». *El Profesional de la Información* (Barcelona), vol. 21, núm. 5 (septiembre-octubre).

FERNÁNDEZ, P. (2013). «Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente». *Cuestión: Revista Especializada en Periodismo y Comunicación* (La Plata), vol. 1, núm. 40 (octubre-diciembre). Disponible en: <<file:///Users/geane/Downloads/1957-7298-1-PB.pdf>> [Consulta: 22 mayo 2015].

FONDEVILA GASCÓN, J. F. (2010). «Multimedia, digital press and journalistic genres in Catalonia and in Spain: an empirical analysis». *Estudos em Comunicação* (Covilhã), núm. 7, vol 1, p. 81-95.

GARCÍA, J. S. (2013). «Nuevas exigencias para el periodismo: gobiernos en la calle y ciudadanos en las redes sociales». *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación* (Madrid) (enero-abril), p. 58-67. Disponible en: <<http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=201302131757002&idioma=es>> [Consulta: 28 mayo 2015].

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. Nueva York; Londres: New York University Press.

JENKINS, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nueva York: NYU Press.

JOST, F. (2010). *Comprender a televisão*. Porto Alegre: Sulina.

LAMELAS, M. (2014) «Mas propone un simulacro de consulta el 9N: "Habrà locales, urnas y papeletas"». *El Confidencial* (Madrid) (11 abril). <http://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2014-11-04/la-generalitat-mantiene-la-consulta-alternativa-a-pesar-de-la-suspension-del-tc_435024/> [Consulta: 22 mayo 2014].

MARCONDES FILHO, C. (2000). *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores.

MARTORI MUNTSA, A. (2014). «Televisión pública y era digital: las emisoras de proximidad en Cataluña como caso paradigmático en su adaptación a Internet». *Obra Digital: Revista de Comunicación* (Vici), núm. 7.

MICÓ, J.; BARBOSA, S. (2009). «Modelos de convergencia empresarial na industria da informação: um mapeamento de casos no Brasil e na Espanha». *Brazilian Journalism Research* (São Paulo), vol. 2, núm. 1 (primer semestre).

MORIN, E. (1976). *Cultura de massas no século XX*. Vol. 1: *Neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

PÉREZ, M. (2014) «El caso Pujol, un asunto de Estado. La confesión de Jordi Pujol ha desatado un proceso judicial y político de consecuencias imprevisibles». *La Vanguardia* (Barcelona) (14 septiembre). <<http://www.lavanguardia.com/politica/20140914/54415942481/el-caso-pujol-un-asunto-de-estado-manel-perez.html>> [Consulta: 22 mayo 2015]. [Política]

RAMONET, I. (2011). *La explosión del periodismo: De los medios de masas a la masa de medios*. Madrid: Clave Intelectual.

EL PERIODISMO MULTIPLATAFORMA DE TV3 EN FACEBOOK SOBRE EL 9-N

- RENÓ, D.; RUIZ, S. (2014). «Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia». En: CAMPALANS, C.; RENÓ, D.; GOSCIOLA, V. (ed). *Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas*. Barcelona: UOC; Barranquilla: Universidad del Rosario, p. 49-68.
- SÁNCHEZ, C.; RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, A. I.; LÓPEZ-GARCÍA, X. (2015). «Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del contagio del ébola en España por elpais.com». *El Profesional de la Información* [Barcelona], vol. 24, núm. 3 (mayo-junio), p. 282-290. Disponible en: <https://www.academia.edu/12777757/Del_periodismo_transmedia_al_replicante._Cobertura_informativa_del_contagio_de_%C3%89bola_en_Espa%C3%B1a_por_Elpais.com> [Consulta: 3 junio 2015].
- SCOLARI, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- SILVERSTONE, R. (2002). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola.
- WENZ, K. (2004). «As formas intermediáticas em textos». En: SANTAELLA, L.; NÖTH, W. (ed.). *Palavra e imagem nas mídias: Um estudo intercultural*. Belém: Editora Universitária UFPA, p. 251-269.
- WEISSBERG, J. L. (2004). «Paradoxos da teleinformática» En: PARENTE, A. (ed.). *Tramas da Rede*. Porto Alegre: Sulina.