


ANÁLISIS DE NARRATIVA TRANSMEDIAL Y DOCUMENTAL WEB NO FICCIONAL: ESTUDIO DE CASO MIPÁRAMO¹

TRANSMEDIA STORYTELLING AND NON-FICTIONAL WEB
DOCUMENTARY ANALYSIS: CASE STUDY MIPARAMO

Por

Iván Neftalí Ríos Hernández, Ph.D.²

Universidad de Medellín

irios@udem.edu.co

Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-3926-8480>

Maria Cristina Pinto Arboleda, Ph.D.³

Universidad de Medellín

mcpinto@udem.edu.co

Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6731-929X>

Resumen: Esta investigación cualitativa con énfasis en estudio de caso pretende analizar la narrativa transmedial miPáramo que es apoyada por un documental web no ficcional. Los análisis evidencian que los impactos obtenidos durante los cuatro meses estudiados responden a las demandas de consumo mediático de los públicos a los que se quería llegar. Su carácter innovador y conexión con las herramientas de consumo online demuestran las posibilidades que proveen las narrativas transmediales y documentales webs no ficcionales en la participación, interacción y co-creación de contenidos en campañas relacionadas con temas ambientales. Se concluye que el uso de la narrativa transmedial con el apoyo de los documentales web no ficcionales, permite el empoderamiento de la población, y su participación en el desarrollo o co-creación de contenido, que podría estar determinado por las experiencias previas del usuario y su empatía con el tema central de la narrativa transmedial.

Palabras Clave: narrativas transmediales, documentales web interactivos, redes sociales, narrativas digitales, estudio de caso.



Abstract: This qualitative research has an emphasis on case study which aims to analyze the transmedia storytelling miPáramo that is supported by a non-fictional web documentary. The analysis shows the degree of impact obtained during the five months of research. These impacts correspond to the demands of the media consumption of the target audiences. Its innovative character and connection with online consumption tools demonstrate the possibilities provided by the transmedia storytelling and non-fictional web documentaries in the participation, interaction and co-creation of content in campaigns related to environmental issues. The conclusion that was reached was that the use of transmedia narrative with the support of non-fictional web documentaries, allows for the empowerment of the population, and their participation in the development or co-creation of content. This could be determined by the user's previous experiences and their empathy with the central theme of the transmedia storytelling.

Keywords: Transmedia storytelling, interactive web documentaries, social networks, digital narratives, and case study.

Introducción⁴

En los últimos años la investigación ha fundamentado la manera en que las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) fortalecen más incisivamente las dinámicas de socialización entre los ciudadanos. Ha provisto información significativa respecto a la importancia que tiene la consideración de las nuevas herramientas digitales en el desarrollo de campañas de comunicación educativas en temas ambientales.

Debido a esa realidad inequívoca, son varios los planteamientos conceptuales desarrollados por diversos investigadores que han tratado de explicar transversalmente la posible influencia de la convergencia digital en los procesos de comunicación y el rol de Internet en el procesamiento de información a través de diversas plataformas tecnológicas (Olawuyi y Mgbale, 2012; Castells, 2010; López y Pereira, 2010; Osuna y Busón, 2007; Scolari, Masanet, Guerrero-Pico, Establés, 2018): “El proceso de convergencia tecnológica trae consigo la interrelación de los diferentes soportes, lenguajes, mensajes, códigos, modos de distribución y consumo de medios. Se puede hablar, por consiguiente, de convergencia de redes, convergencia de servicios y convergencia de aplicaciones y de contenidos” (García, 2009, p. 105).

Estas dinámicas convergentes sugeridas por García fundamentan la necesidad de expandir los estudios generados hasta el momento sobre este tema, considerando otros contextos sociales y el rol significativo que ha ocupado en la discusión pública el tema ambiental a nivel social, gubernamental y académico. Lo anterior sin obviar los esfuerzos y acciones dirigidos por organismos internacionales tales como, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que cuenta con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2019), que actúa como catalizador, promotor, educador y facilitador para promover el uso racional y el desarrollo sostenible del medio ambiente mundial (s/p).

Son cada vez más las iniciativas de comunicación que se realizan para promover la protección de los recursos naturales y que buscan la integración de las comunidades para la consecución de los objetivos estratégicos establecidos. Uno de los recursos naturales que ha logrado la unión de diversos actores provenientes de organizaciones nacionales e internacionales, es el Páramo de Santurbán, localizado en el Norte de Santander, Colombia. Este Páramo es un ecosistema de gran valor hídrico y de conservación natural para este país, de gran trascendencia simbólica al ser considerado como la primera zona delimitada por el Ministerio de Medio

Ambiente de Colombia; en principio, esto le permite estar exento de actividades extractivas, pero ha generado la discusión sobre sus alcances, ya que empresas de extracción minera están planeando hacer sus actividades fuera de la zona permitida, lo que para los especialistas es muy riesgoso debido a que la delimitación no tiene en cuenta que se trata de un ecosistema, que con este tipo de actividades, puede verse afectado. Debido a sus beneficios como hábitat existe un interés por parte de varios actores implicados en su conservación y en la generación de estrategias de comunicación que movilicen a los ciudadanos en la toma de conciencia y de diversas formas de participación e implicación efectivas con la temática.

El Páramo también recibe el apoyo de diversas entidades sin fines de lucro, destacando el liderazgo de la Alianza Biocuenca, “que funciona con base en el concepto de Fondo de Agua en el Departamento de Norte de Santander en Colombia. Es una iniciativa abierta a todos aquellos actores comprometidos con la sostenibilidad ambiental, y con la protección de las fuentes de agua en cuencas estratégicas para el desarrollo social y económico de la región” (Pinto y Ríos-Hernández, 2017, p.389). La Alianza Biocuenca coordina el desarrollo e implementación de una campaña de comunicación con énfasis en el análisis y producción de mensajes transmediales⁵, cuyo producto principal (macrohistoria) es un documental web interactivo no ficcional a través del cual se pretende implicar a los públicos en la protección de dicho ecosistema. La participación se materializa mediante la implementación de diversas estrategias de mediación, basadas en la generación de confianza entre los interesados en participar y los actores con capacidad de generar acciones de conservación.

Los documentales tradicionales apoyados por elementos audiovisuales no habían permitido, hasta hace poco, las oportunidades de interacción social e intercambio de diálogos provistos por el documental web interactivo. Rodríguez y Molpeceres (2013, p.256) citan a Choi (2009) y a Moreno (2002) quienes comentan el carácter interactivo de estos formatos que se genera entre receptor-usuario y la historia, generando una obra con carácter abierto. De acuerdo con López y Saladrigas (2016) la naturaleza de estas tecnologías está generando enormes expectativas en lo referente a la calidad de vida de los ciudadanos y la construcción de sociedades virtuales e interconectadas entre sí (p.73).

Las oportunidades que proveen los documentales web interactivos demandan análisis adicionales que aporten a la comprensión de esta nueva forma de interacción social como herramienta estratégica de apoyo en esfuerzos de comunicación relacionados con el ambiente, debido a sus posibles implicaciones en la protección de los recursos naturales y en acciones posteriores que requieran la amplia participación de la ciudadanía. Comprender las oportunidades que proveen estas herramientas de comunicación y formas innovadoras de interacción social colaborativa, requiere de análisis transversales que sugieran metodologías e interpretaciones conceptuales atemperadas a las transformaciones propiciadas por la era de la convergencia digital.

Narrativa transmedia

Una de las innovaciones tecnológicas que ha revolucionado la manera de comunicarnos y que ha propiciado dinámicas cambiantes en los procesos de interacción social es la Narrativa Transmedia. De acuerdo con Scolari (2013) la Narrativa Transmedia (NT) es una forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.). Permite que los participantes definan de cierta manera el libreto y contexto de las situaciones que se presentan a través de las diferentes plataformas que se utilicen en la estrategia de posicionamiento y participación ciudadana. Jenkins (2003) expuso en un artículo publicado en la Revista *Technology Review* que “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” (s/p).

Jenkins y Deuze (2008) proponen a su vez que, en el mundo de la convergencia mediática se cuentan todas las historias importantes, se venden todas las marcas y se atrae a todos los consumidores a través de múltiples plataformas mediáticas. Destacan además que la convergencia representa un cambio cultural, toda vez que se anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos. La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que estos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros.

Se podría derivar de las proposiciones de estos autores que las narrativas transmediales representan una resignificación sustantiva de los ecosistemas tradicionales de comunicación, por la participación de los individuos en el desarrollo de nuevos contenidos y en la expansión de los mensajes a partir de una macrohistoria. Esa transformación sociocultural propiciada por la convergencia digital sugiere, además, la resignificación de los contenidos transmediales y las posibles interpretaciones semánticas que emanen de cada uno de los mensajes utilizados en las campañas de comunicación a través de las diversas plataformas digitales. Estas interpretaciones podrían estar sujetas a las interconexiones culturales e imaginarios colectivos de los públicos objetivos de la comunicación (receptores).

La introducción de las narrativas transmediales al contexto comunicacional desde una perspectiva de análisis transversal, ha propiciado el desarrollo de varias investigaciones que tratan de explorar y explicar algunos aspectos que forman parte de su génesis, tales como la producción de contenidos y la expansión creativa del mensaje en diversos contextos (Pinto y Ríos-Hernández, 2018; Albarello y Mihal, 2018; Ríos, 2017; Grandío-Pérez, 2016; Galindo, Suárez y Martín, 2015; Corona, 2016; Irigaray y Lovato, 2011). Algunos de estos estudios han hecho énfasis en el uso de las narrativas para la gestión del conocimiento, la comprensión de su uso con la mediación de las innovadoras plataformas digitales, la búsqueda del empoderamiento

de la comunidad y como herramientas de apoyo para la recaudación de fondos, los documentales multimedia y las narrativas no ficcionales, entre otros enfoques. Es importante destacar que, en sus inicios, el estudio de las narrativas hizo hincapié en lo ficcional, sin embargo, dada la mutación que ha ocurrido con este importante modo de comunicación, son varios los casos surgidos y analizados con énfasis en lo no ficcional. La estrategia de comunicación educativa miPáramo (disponible en el *host* www.miparamo.org) objeto de análisis de esta investigación, se considera no ficcional, ya que atiende una situación social real en un contexto específico con énfasis en el tema ambiental. El análisis de miPáramo representa una oportunidad para la búsqueda de nuevo conocimiento y el aporte a explicaciones teóricas vigentes o futuras sobre el uso de las narrativas transmediales no ficcionales.

Documentales web interactivos

El término “webdoc” surge por primera vez en el año 2002, en la sesión titulada “Cinémas de demain”, en el marco del Festival Internacional de Cine Documental “Cinéma du Réel”, que se celebra en el Centro Georges Pompidou de la capital francesa cada año desde 1978 (De la Puente y Díaz, 2015, p. 62). Los documentales web interactivos conllevan “la transformación no sólo de los modelos tradicionales de producción y de organización textual - ya que se pasa de la linealidad o secuencialidad a la multi-secuencialidad -, sino también de los modelos tradicionales de recepción y de valoración discursivos, puesto que los itinerarios de lectura son ahora múltiples y no coincidentes entre dos actos de recepción” (Vega citado por Gifreu, 2013). Esta transformación propiciada por los documentales web interactivos permite reflexionar sobre la manera en que los mensajes utilizados en las plataformas digitales no solo proveen la posibilidad de recorridos hipertextuales múltiples, sino también interpretaciones diversas en la mente de un individuo, facilitando su creatividad y capacidad discursiva durante la dinámica de interacción.

Desde la óptica ambiental estas consideraciones sugieren la necesidad de ponderar los elementos de la hipertextualidad, secuencialidad o multisequencialidad provistas por el documental web, debido a su posible influencia en la activación o no de la ciudadanía en los esfuerzos de comunicación que busquen una amplia participación de los usuarios en el desarrollo o co-creación de contenidos transmediales. La libertad en tiempo y espacio facilitada por los documentales web interactivos no puede pasar desapercibido en las estrategias de comunicación relacionadas con el ambiente u otros contextos, ya que, de no ponderar esa realidad y características de las herramientas digitales modernas, puede convertirse en un escollo para los desarrolladores de estas campañas digitales.

Algunos investigadores han categorizado las cuestiones, conceptos y estructuras de los documentales web sustentados en las posibilidades de interacción que proveen al usuario (Liuzzi, 2015; León y Negredo-Bruna, 2013; Rodríguez y Molpeceres, 2013; Bonino, 2011; Gaudenzi, 2013). Se destaca el aporte reflexivo de Gaudenzi (2013),

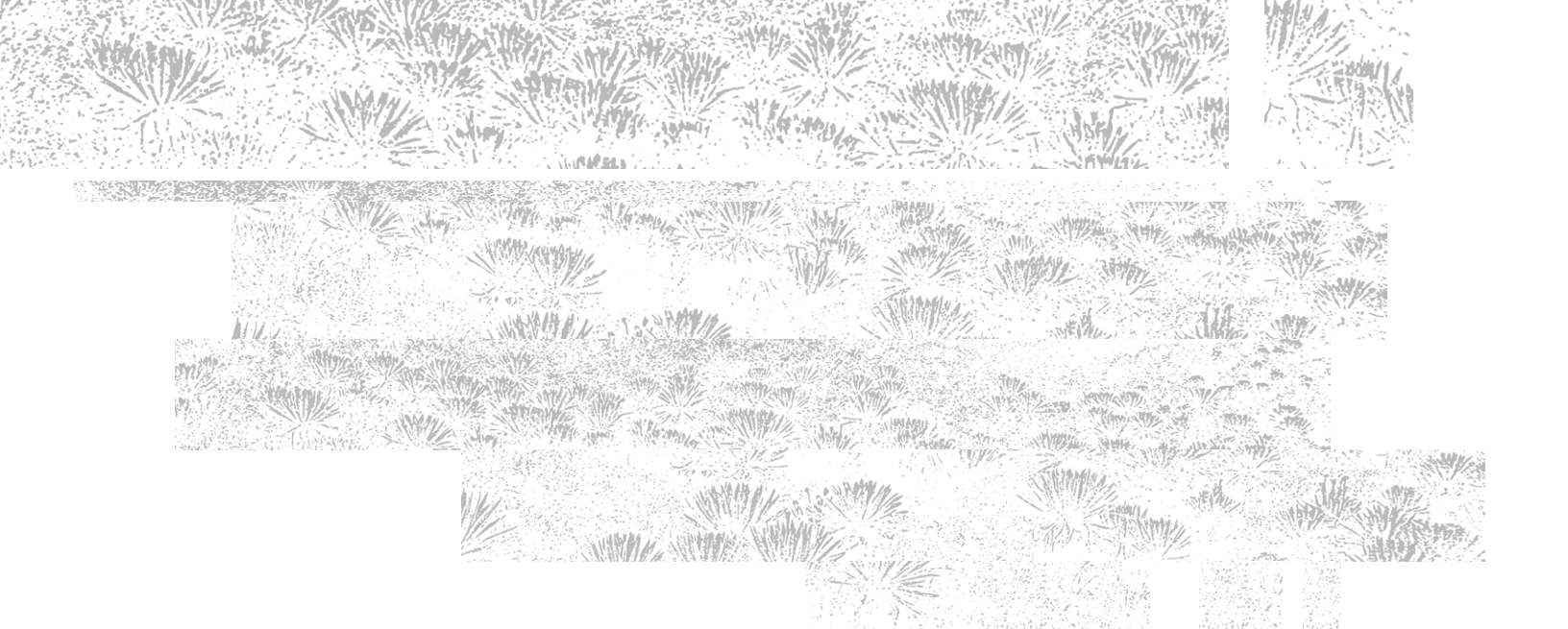
quien sugiere tres categorías de estructuras de los documentales web sustentados en las posibilidades de interacción que tiene un usuario. La autora propone que cuando el usuario puede navegar, pero no cambiar el contenido del documental web podría catalogarse como una estructura con interactividad *semicerrada*. Entiende, además, que cuando el usuario participa, pero no tiene la oportunidad de cambiar la estructura del documental interactivo se caracteriza por ser una *semiabierta*. Finalmente, arguye que cuando el usuario y el documental interactivo están constantemente cambiando y adaptándose uno al otro se presenta una estructura *completamente abierta*, lo que permite una mayor apertura en el desarrollo del discurso y en la posible conexión del usuario con el tema central de la propuesta comunicativa.

Lo propuesto por Gaudenzi representa una oportunidad para la comprensión de las estructuras que rigen los documentales web interactivos no ficcionales; sin embargo, no se pueden pasar por alto las competencias digitales o mediáticas que posea un usuario, ya que podrían incidir en el proceso de interacción y en la dinámica de socialización que finalmente rijan durante el intercambio de información en una estrategia de comunicación apoyada por las narrativas transmediales. Las diferencias generacionales en el uso y manejo de los nuevos medios requieren análisis continuos que permitan comprender las dinámicas cambiantes de las interacciones sociales mediadas por las TIC y sustentados en las competencias mediáticas de los usuarios. Esta comprensión sustantiva puede arrojar luz sobre algunos de los factores que inciden en la participación adecuada de la población en estrategias transmediales que sean apoyadas por documentales web interactivos. Este tipo de brecha digital que separa a los jóvenes de las generaciones más mayores (García, Buitrago y Navarro 2015, p.88) sugiere la necesidad de repensar las estrategias de comunicación mediadas por las diversas plataformas de interacción social, incluyendo los documentales web, ya que, a mayor desarrollo de las TIC, mayor necesidad de alfabetización digital podría ser necesaria para una óptima participación ciudadana en temas ambientales.

Propósito del estudio

En consonancia con los aspectos destacados en el estado del arte y en el marco teórico esta investigación cualitativa con énfasis en un estudio de caso tiene como objetivo identificar las estrategias comunicacionales y de participación observadas en la narrativa transmedial miPáramo.

Las razones que justifican la realización de este estudio son las siguientes: (1) Desde la dimensión teórica, representa un avance en la configuración de nuevas perspectivas de pensamiento que podrían ser útiles para el estudio de la comunicación estratégica y el desarrollo de nuevos formatos digitales dirigidos a propiciar la participación e interacción de la población con el apoyo de las narrativas transmediales; (2) en lo que respecta a su aportación práctica, representa la posibilidad de utilizar la estrategia de comunicación miPáramo como ejemplo para futuros proyectos e iniciativas internacionales que requieran la participación de los ciudadanos en esfuerzos de




comunicación apoyados por las narrativas transmediales y documentales web no ficcionales; (3) en lo referente a su contribución metodológica, representa una oportunidad que puede aportar a los métodos de análisis ya disponibles para medir la efectividad de una estrategia de comunicación que tenga como herramienta de apoyo principal la narrativa transmedia y que sea implementada a través de un documental web interactivo no ficcional.

Método

El estudio de caso, conocido también como casuística, es un método de indagación cualitativo que permite adentrarse en una situación específica en contextos determinados con el propósito de facilitar un mejor análisis y comprensión sustantiva del tema estudiado. El caso miPáramo, a pesar de que contiene conceptos que han sido analizados por otras investigaciones, tiene su propio contexto sociodemográfico y temático, lo que para efectos de esta investigación puede ser considerado innovador. Esta es una de las mayores aportaciones de esta investigación. El tema ambiental que subyace en toda la narrativa transmedial analizada aporta un valor significativo a los estudios de comunicación mediados por las TIC. Debido a lo anterior se infiere que la casuística es la mejor técnica de análisis para miPáramo. A continuación, se describe por fases el trabajo adelantado:

Fase 1: Indagación Previa

Como parte del método se desarrolló un trabajo de recopilación de datos cuantitativos y cualitativos medulares para el desarrollo de esta etapa de la investigación, para luego proceder con un análisis de algunas estrategias de comunicación apoyadas por las narrativas digitales. Esto con el objetivo de proponer una hoja de ruta que permitiera validar la efectividad de las narrativas transmediales al momento de generar contenidos en torno a temáticas relacionadas con el cambio social, entre los que se encuentran los temas ambientales.



Entre los casos analizados se encuentran el Proyecto *Si me importa*, realizado por Intermon Oxfam; el proyecto *FAM* sobre el hambre realizado por Quepo; el proyecto *4 Ríos* sobre el conflicto armado en Colombia realizado por Orgánica Digital, el proyecto *Pregoneros de Medellín*, desarrollado por Ángela Carabalí y finalmente, el proyecto *Hijo de la Amazonía* creado por Noel Miranda. De este ejercicio de observación se pudieron establecer características o valores diferenciales que se tomaron en cuenta en la etapa posterior de diseño de la estrategia miPáramo. Los elementos de análisis para la observación de las narrativas digitales fueron:

1. Participación: se refiere a si las audiencias intervienen, modifican o resignifican alguna porción de los contenidos propuestos por el productor.
2. Expansión: se refiere a si existen fragmentos de una misma narrativa que se cuenta en diversos medios, formatos o textualidades.
3. Modelo Observativo (referente a audiencias): se refiere al público que se comporta como un participante silente que no deja marca en el contenido que consume, pero que afecta su desarrollo (por ejemplo, influyen en el número de visitas de un video en una web).
4. Modelo Discursivo/argumentativo (referente a audiencias): se refiere al consumidor que participa del universo transmedia en aquellos espacios reservados para ello (ejemplo: sección de comentarios de un blog, comenta en twitter cuando se le pregunta), pero no participa en la creación de nuevos contenidos.
5. Modelo Creativo/divulgativo (referente a audiencias): este tipo de público sí genera contenido que contribuye a la expansión del universo narrativo que consume. Lo hace de dos formas: a través de nuevos trabajos que amplían el universo narrativo y mediante productos destinados a dar a conocer ese universo narrativo a otros (ejemplo: un video de you tube)
6. Identificación y análisis de la macrohistoria: macrohistoria se refiere la base narrativa del universo transmedia.
7. Identificación y análisis de las extensiones de la macrohistoria: se refiere al resto de las partes o elementos de la narrativa transmedia, tanto el generado por los creadores originales como también incluye el contenido generado por el usuario.
8. Métodos de Evaluación: mecanismos para hacer seguimiento a las acciones de participación (ejemplo: número de visualizaciones, donativos, número de visitas, likes).

Fase 2: Diseño de la estrategia

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en los análisis anteriores, se realizó un trabajo de organización de la información con la que se desarrolló una matriz a partir de los ítems que se presentan a continuación, y que fueron claves para desarrollar la estrategia de narrativa transmedial miPáramo:

1. Mensajes clave: Relación con el agua/Páramo, soluciones propuestas por los públicos para intervenir en el Páramo (mensajes adecuados); recordación del tema Páramo de Santurbán, implicación emocional y demandas temáticas (contenidos).
2. Implicación Emocional: Recordación de problemas asociados al Páramo Santurbán, grado de motivación/implicación en la temática, experiencias previas en participación o acción en la temática, criterios para la participación, además de tipo de participación.
3. Estrategia/Productos Transmedia: Tipo de actores a incluir en los contenidos y tipo de estrategia o elementos que se deberían a considerar.

Fase 3: Desarrollo estrategia de comunicación

Una vez llevadas a cabo las fases anteriores se procedió con el desarrollo de la estrategia de comunicación miPáramo que consideró los análisis realizados y objetivos de comunicación establecidos previamente. Luego se inició la etapa de análisis de la efectividad de la estrategia, en la que se recolectaron los datos que permitieron valorar las formas de interacción y participación generadas por los usuarios. De esta manera, a partir de las experiencias, interacciones, y niveles de significación de los interactores (forma como para este caso se denomina a los participantes de las diferentes etapas de la estrategia de narrativa transmedial), los investigadores generaron algunas consideraciones y hallazgos que podrían aportar a la discusión en torno a la relación entre comunicación y acciones de participación y movilización social con el apoyo de las narrativas transmediales y los documentales web no ficcionales.

Fase 4: Análisis efectividad de la estrategia

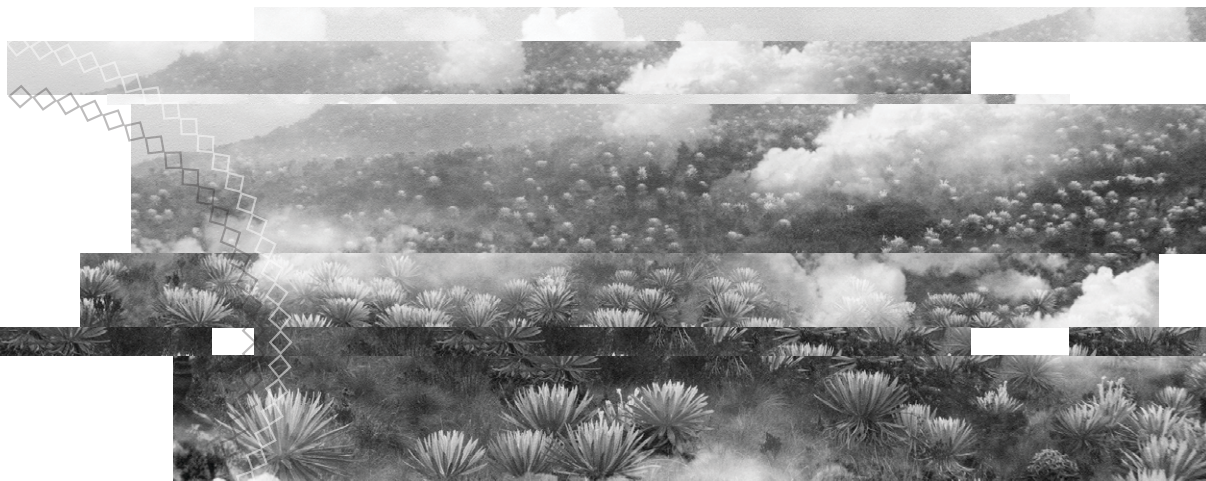
Considerando la perspectiva que aporta la etnografía digital Hine (2004) al estudio de las narrativas transmediales, se utilizaron dos técnicas para recolectar los datos y proceder al análisis de la efectividad de la estrategia miPáramo: la primera, a través de las métricas mensuales que aporta Google Analytics acerca del *host* donde se desarrolló el documental web, así como las mediciones de impacto que aportan las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), durante los 4 meses que se implementó la estrategia; y la segunda, a través de entrevistas semiestructuradas⁶ que se realizaron a una muestra de interactores que participaron en alguna de las expansiones propuestas en la narrativa. La importancia de este método radica en que además de entender las interacciones sociales, permite analizar las diferentes dimensiones donde también surgen relaciones que precisan ser delimitadas/categorizadas desde el análisis de los usos y las prácticas que ocurren en Internet.



Análisis de los resultados y discusión

El proyecto transmedia miPáramo fue diseñado a partir de una macrohistoria desarrollada en un documental Web alojado en el host www.miparamo.org y de unas expansiones que se propusieron en momentos diferentes: redes sociales de la estrategia, encuentros presenciales, y realización del video de participación con contenidos elaborados por los interactores. La intención comunicativa del Documental Web estaba encaminada a generar contenidos acordes a los tres objetivos planteados en la estrategia de comunicación: informar acerca del páramo, sensibilizar a los usuarios y promover mecanismos de participación de los interactores.

Como parte de los resultados obtenidos es meritorio atender algunos datos sociodemográficos fundamentales para la comprensión y el análisis del caso miPáramo, que tuvo como fecha de observación del 1 de octubre de 2018 al 28 de febrero de 2019. En lo que respecta al sexo de los interactores el documental web fue visitado mayormente por hombres (59.6%), mientras que el sexo femenino alcanzó un 40.5%. Más de la mitad de los interactores (52%) reflejó tener una edad media de entre los 25 a 34 años, seguido por los del renglón de 35 a 44 años que ascendió a 29%. Un 19% estuvo ubicado entre los 18 a 24 años y los 55 a 64 años. Se podría establecer que en el caso analizado este tipo de narrativa digital tiene mayor aceptación entre personas mayores de 25 años, menores de 44. En lo que respecta al área de localización de los interactores era de esperarse que la mayoría procedió del área geográfica de Colombia (83.66%), dado a la cercanía del tema miPáramo con dicho país. El 16% restante eran personas de otros países.



En lo que respecta a la participación e interacción, aspectos a los que se hace énfasis en este epígrafe, es meritorio destacar algunos elementos que permiten entender las nuevas formas de comunicación que propician las narrativas transmediales relacionadas con temas ambientales. León y Erviti (reseñados por León, 2016),

sugieren que es necesario desarrollar contenidos que apoyen los elementos audiovisuales que se utilizan para promover temas relacionados con el ambiente, ya que de esta manera se puede propiciar una mejor empatía emocional con el público. En miPáramo, se utilizan algunas técnicas y herramientas de producción tecnológicas innovadoras tales como: foto 360, video 360 y *video drone*, entre otras. Estas técnicas y herramientas tecnológicas propiciaron que los usuarios tuviesen un acercamiento virtual y experiencia de recorrido creativo por el páramo. De igual manera los interactores pudieron observar a través de una vista aérea la majestuosidad de este importante recurso de agua.

Los elementos visuales utilizados en miPáramo se pueden considerar significativos, ya que evidencian la importancia de este ecosistema y aportan elementos emocionales con el apoyo creativo de imágenes, sonidos naturales, música de ambiente y el recurso de la voz en off narrando un texto emotivo con detalles sobre el páramo. En las encuestas realizadas con preguntas abiertas a algunos usuarios del documental web, se destaca de forma positiva el uso de estos recursos tecnológicos como innovadores y generadores de mayor identificación, y empatía por parte del interactor por el tema del páramo, lo cual puede repercutir en la expansión de la macrohistoria a través de las diferentes herramientas de interacción disponibles en la narrativa transmedial. Algunas de las expresiones de los encuestados que se pueden destacar son las siguientes:

Los videos incluidos en la campaña son muy interesantes, manejan diferentes perspectivas y eso permite que uno se identifique con alguna de las visiones como usuario. (actor institucional⁷).

He visto varias páginas relacionadas con esta temática. Quizá esta es mucho más didáctica, mejor trabajada, mucho mejor diseñada sobre todo porque la mayoría de veces las realizan corporaciones que no tienen forma de financiarse, y no tienen una proyección audiovisual del lenguaje que hay que manejar en las redes (participante con contenidos para video).

En términos de análisis sobre la participación y construcción colectiva por parte de los interactores, es necesario destacar las posibilidades que provee el documental web miPáramo para la expresión de otras opiniones que no necesariamente van en línea con la de los especialistas o portavoces principales, que son las que suelen legitimar los mensajes clave o discursos de iniciativas similares. Estos nuevos formatos de comunicación interactiva, provistos por el documental web no ficcional, viabilizan el desarrollo de formas alternativas para el análisis e intercambio de información sobre temas diversos y de impacto para la comunidad. Hancox (2017) propone varias ideas que permiten la comprensión de lo que define como “colaboraciones amplificadas”, que pueden ser explicadas desde la óptica de la construcción de espacios alternativos para el desarrollo de historias colectivas con la participación de diversos actores y el apoyo de algunas herramientas tecnológicas que sustentan las narrativas digitales.

El documental web miPáramo, posibilitó las colaboraciones amplificadas con el desarrollo de contenidos que incluían historias de vida y la recreación de personajes, haciendo uso de las redes sociales. Además, propició la interacción utilizando como marco de referencia las experiencias que los interactores habían tenido con el páramo, la cual se materializó en el desarrollo de diferentes contenidos realizados por ellos. (Ver Figura 1). La estrategia miPáramo incentiva la participación de los interactores con la disponibilidad de diversos recursos discursivos que, a su vez, aportan a la sustitución de los mensajes oficialistas y científicos del ecosistema divulgados por las entidades que promueven la protección del páramo. Esta experiencia genera la expansión del relato inicial o macrohistoria provisto por el documental web, aspecto característico de las narrativas. Además, sustenta lo expresado por Pratten (reseñado por García, 2015) en lo que respecta a las características de las narrativas transmediales y su posible aportación al desarrollo de comunidades comprometidas y creación de vínculos importantes con las historias presentadas en la narrativa.






Figura 1: Toma de pantalla de publicación en Twitter

En miPáramo se observa el desarrollo de un storytelling a partir de los personajes Celeste, Don Justino Y Matías (Ver Figura 2), aspecto que permite, utilizar las lógicas consideradas en la gamificación lo que propicia una mayor interacción e interés del usuario en seguir la historia que se presenta con el apoyo de las redes sociales.



Figura 2. Toma de pantalla de publicación en Instagram

En lo referente a los espacios de co-creación presentes en miPáramo, y propiciados también por la gamificación⁸, se debe destacar la aportación de García (2015) sobre este concepto al que le otorga un rol importante en la expansión de los mensajes. Esto se observa en la invitación que se le hace a los interactores para la selección del recorrido que sea de su interés y que podría estar determinado por las experiencias de estos con el páramo. Los usuarios también tienen la oportunidad de aportar contenido y compartirlo en los diversos recursos de interacción provistos por el documental web, convirtiéndolos en co-creadores de la macrohistoria. Se observa además la gamificación de lo real, propuesta por García (2015), con el uso de diversos recursos audiovisuales como el uso del *time lapse*, que posibilita una sencilla explicación de fenómenos complicados para exponer, tales como la condensación del agua, entre otros temas y que conllevaría una gran cantidad de tiempo para presentarlos si se utilizara un mecanismo tradicional de comunicación distinto al documental web no ficcional. Como parte de las estrategias de comunicación se desarrollan intercambios presenciales a través de los cuales las audiencias tienen la oportunidad de conocer más de cerca el documental web miPáramo e intercambiar comentarios con los realizadores (Ver Figura 3). Además, los usuarios pueden afianzar su compromiso y participación activa con la estrategia transmedial, co-creación de contenido y divulgación posterior de la información.

 **15 de febrero de 2019**
 Aud. Mons. Jesús Quirós Crispín
 2:00 p.m. - 6:00 p.m.

Preinscripciones:

gerambiente.bga@upb.edu.co

ENTRADA LIBRE

SEMINARIO

VIVE LA EXPERIENCIA DE miPáramo A TRAVÉS DE UN DOCUMENTAL WEB

CONFERENCISTAS

PhD. María Cristina Pinto Arboleda

Comunicadora Social – Periodista. Doctora Cum Laude en Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. Experta en Información Internacional y Países del Sur. Especializada en temas de comunicación para el cambio, ha desarrollado actividades profesionales en UNICEF (España y Nepal).

MSc. Diego Arévalo Uribe

Director Regional para Latinoamérica y Caribe de Good Stuff International – GSI Ingeniero Civil. Magíster en hidrología del Centro de experimentación en obras públicas de Ministerio de Fomento de España, Madrid, España. Investigador y consultor especialista en Gestión Integrada de recursos hídricos y gestión de cuencas.



Acreditación Institucional
MULTICAMPUS
Alta Calidad

Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 - 6 años

Formación integral para la transformación social y humana

Figura 3. Afiche de encuentro presencial Universidad Pontificia Bolivariana - Bucaramanga

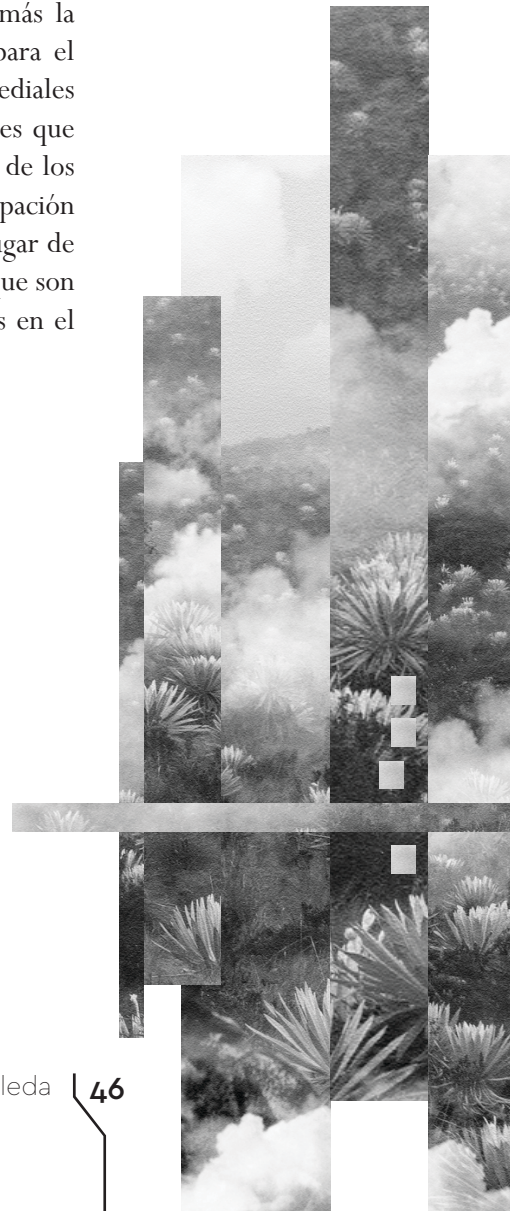
Algunos testimonios sustentan las características antes explicadas:

Los videos incluidos en la campaña son muy interesantes, manejan diferentes perspectivas y eso permite que uno se identifique con alguna de las visiones como usuario (actor institucional).

Considero que la campaña lleva una imagen agradable, de gran valor y significado, y que permite además hacer el tema del páramo como algo propio. Se adquiere un valor emocional del que es difícil desprenderse (asistente a encuentro presencial).

El uso que los interactores dan a estas innovadoras plataformas de interacción social provistas por el documental web y observadas en el análisis, aportan a la metamorfosis de los procesos comunicacionales tradicionales y propician la participación activa de las audiencias y su identificación con el tema expuesto, que da como resultado la posible co-creación de contenidos y la apropiación del mensaje. Esta forma de interacción transmedial permite acceso a información relevante y de manera ubicua sobre el páramo, convirtiéndose en un aliado importante para el cumplimiento de los objetivos comunicacionales de la estrategia miPáramo. Gifreu (2011) sugiere que los usuarios actuales tienen una gran capacidad interactiva debido a su temprana educación y manejo de destrezas efectivas con la tecnología. Expone además la necesidad de no obviar los relevos generacionales por las implicaciones para el desarrollo de estrategias de comunicación que consideren las narrativas transmediales como un recurso de apoyo estratégico. Un dato interesante de miPáramo es que se observan distinciones demográficas, con énfasis en el lugar de residencia de los participantes, en la construcción de co-creación de contenido y su participación en las redes sociales. Esto sugiere la posible influencia que puede tener el lugar de residencia de los interactores en las construcciones colectivas de miPáramo que son promovidas a través de las diferentes herramientas de interacción utilizadas en el documental web.

La evidencia demuestra que el uso de una narrativa transmedial con el apoyo del documental web no ficcional, atiende las exigencias de consumo mediático de los grupos objetivos de la comunicación. Los aspectos innovadores de la estrategia y su enlace con herramientas digitales y de consumo en línea son un valor importante para la comprensión y análisis de las narrativas transmediales y su funcionamiento en temas ambientales. La estrategia de narrativa transmedial miPáramo, diseñada con el apoyo de un documental web interactivo no ficcional y de estructura *semiabierto* (Gaudenzi, 2013), permite que se continúe con este esfuerzo de comunicación, a largo plazo, para una mayor participación ciudadana y construcción colectiva de contenidos que aporten a la expansión creativa del mensaje y al logro de los objetivos establecidos en la narrativa transmedial miPáramo.



Conclusiones

Teniendo en cuenta los objetivos de comunicación establecidos en miPáramo, se presentan a continuación algunas consideraciones finales y relevantes para este análisis. Uno de los objetivos principales de este esfuerzo de comunicación, es la promoción y participación de los ciudadanos en la protección del Páramo de Santurbán. Los análisis sugieren que se cumple con este objetivo por la participación y construcción colectiva observada en las diversas herramientas de interacción social provistas por la narrativa transmedial. A través del documental web se proveyeron diversos mensajes que permitieron la expansión de la macro historia desarrollada para concienciar, entre otras cosas, a los interactores sobre las problemáticas relacionadas al Páramo, y la manera de aportar a su protección y conservación.

Las dinámicas de interacción provistas por el documental web ofrecen al usuario información actualizada y en contexto permitiendo que a través de las experiencias y conocimientos sobre el páramo surja un mayor interés y conciencia ciudadana sobre este importante ecosistema, resultando en un mayor acercamiento emocional y posible identificación con la temática por parte del interactor. Las alternativas provistas para propiciar una mayor participación e interacción de los públicos objetos de la estrategia con la disponibilidad de las redes sociales, la posibilidad de co-creación de contenidos para los diversos recursos audiovisuales (video), y los encuentros presenciales, son aspectos muy importantes y de apoyo a la estrategia de comunicación.

La estrategia esbozada para la transmedia consideró desde sus inicios el desarrollo de diversas plataformas que permitieran la expansión de la macrohistoria sin la necesidad de que los usuarios tuvieran que consumir todas las partes de la narrativa. Además, permite la expansión del relato, la interacción con este y un sinnúmero de actividades que demandaban tiempo y participación del interactor durante el proceso. Esto último puede ayudar a que el interactor haga uso de aquellas herramientas de interacción social o plataformas con las que más sienta afinidad, y que le provea la oportunidad de participar o co-crear contenido a tono con sus intereses o los mensajes presentados dentro de la macro historia.

Luego de una recopilación de los impactos extraídos en la narrativa transmedial miPáramo, se deduce que los desarrolladores de la estrategia apostaron por esta nueva forma de interacción social, considerando sus aspectos innovadores, las herramientas tecnológicas disponibles y su aporte a la participación e interacción de la audiencia. Además, su posible contribución al desarrollo de la macrohistoria con la co-creación de contenidos.

Como parte de estas conclusiones es meritorio destacar que las características inherentes al documental web utilizado pertenecen al que se conoce como doc web categórico, ya que facilita al interactor múltiples recorridos por las plataformas utilizadas en la narrativa transmedial proveyendo así cohesión entre la historia del páramo y la experiencia del usuario. Dado a que la transmedia invitaba a los interactores a participar activamente en las diferentes etapas del recorrido, las aportaciones de los usuarios que se desarrollaban paulatinamente en cada herramienta de interacción social provista no provocaban disloques en los contenidos iniciales presentes en este documental web no ficcional. Este aspecto provee una oportunidad adicional para la comprensión de las narrativas transmediales por la flexibilidad que miPáramo provee al interactor en la co-creación de contenidos sustentados en las experiencias del recorrido o conocimiento sobre el tema de la narrativa. Es meritorio indicar que el documental web miPáramo posee una estructura semiabierta, que de acuerdo con Gaudenzi (2013), aunque el usuario tiene la oportunidad de participar con la co-creación de contenido, no puede cambiar la estructura previamente establecida.

Uno de los aspectos relevantes de la estrategia transmedial analizada era su interés en la generación de contenidos que provocaran mayor sensibilización y el desarrollo de culturas participativas en los interactores. Esto tratando de dejar a un lado los mensajes de las entidades que oficialmente promueven la protección del páramo, de manera tal que se propiciara la inserción de los interactores en una experiencia que redundara en la posterior co-creación de mensajes para la narrativa transmedial. En miPáramo los interactores tienen esta experiencia permitiendo que la macrohistoria se expanda a través de las diversas herramientas o plataformas utilizadas en la estrategia que tiene como base fundamental de apoyo el documental web interactivo no ficcional.

Se concluye que el uso de la narrativa transmedial con el apoyo de los documentales web no ficcionales, permite el empoderamiento de la población, y su participación en el desarrollo o co-creación de contenido, que podría estar sustentado, por la experiencia y la identificación que pueda tener un usuario con el tema central de la narrativa transmedial⁹.



- ¹ Este artículo es producto de la investigación “*La participación de los ciudadanos en temas de protección al medio ambiente a través del análisis y producción de contenidos transmediales. Caso Certificados de beneficios de agua para la conservación del Páramo de Santurbán*”, producto de la Convocatoria No. 36 de la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Medellín. Cofinanciado por el proyecto Implementación de Certificados de Beneficio de Agua como estrategia para la conservación del Páramo de Santurbán, que se desarrolla con el apoyo de la Embajada Suiza en Colombia COSUDE, Cooperación Alemana GIZ, Alianza BioCuenca y GSI-LAC.
- ² Posdoctor en Comunicación por la Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina. Ph.D. en Comunicación Social por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, España. Miembro del Grupo de Investigación Comunicación, Organización y Política (COP). Profesor Asistente de la Universidad de Medellín, Colombia (UdeM). Investigador en temas relacionados con el uso de las TIC en el entorno académico, narrativas transmediales, comunicación para la salud, relaciones públicas, competencias mediáticas, comunicación para el cambio y tecnopolítica. Asesor de trabajos de maestría en la UdeM. Miembro de la Red ALFAMED. Profesor e investigador a tiempo completo del Programa de Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín
- ³ Comunicadora Social - Periodista egresada de la Universidad Externado de Colombia. Doctora Cum Laude en Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. Experta en Información Internacional y Países del Sur por la misma Universidad. Actualmente se desempeña como docente - investigadora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín. Especializada en temas de comunicación para el cambio, ha desarrollado actividades profesionales en UNICEF (España y Nepal). Con experiencia investigativa en los campos de comunicación y cultura, y en apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).
- ⁴ Agradecemos a la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Medellín por apoyar este proyecto que hace parte de su banco de proyectos con el código #900. Además, al proyecto Implementación de Certificados de Beneficio de Agua como estrategia para la conservación del Páramo de Santurbán, que se desarrolla con el apoyo de la Embajada Suiza en Colombia COSUDE, Cooperación Alemana GIZ, Alianza BioCuenca y GSI-LAC.
- ⁵ La estrategia transmedia presentada en este artículo fue desarrollada para el proyecto miPáramo por un equipo conformado por docentes-investigadores, estudiantes y miembros del Centro de Producción de Televisión de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín.
- ⁶ Estas entrevistas fueron realizadas a miembros de las organizaciones que respaldaron la iniciativa, a algunos asistentes a los encuentros presenciales realizados como parte de la estrategia transmedia y a público interactor que hizo parte de la estrategia de forma colaborativa enviando contenidos para la realización del video de participación. Los principales ejes de la categorización hechas a las entrevistas se realizaron en torno a las siguientes temáticas: Grado conocimiento narrativas transmedia, Grado de innovación del elemento narrativo (transmedia), Grado de Accesibilidad (transmedia), Nivel de Impacto de la transmedia, Personajes – Story Telling, Usos de la transmedia como material didáctico y educativo, Nivel de sensibilización y participación promovidos desde la transmedia, Recomendaciones fases de la transmedia, Redes Sociales utilizadas, Estrategia acorde a los objetivos institucionales, Contenidos a destacar del documental Web, Contenidos que hizo falta incluir acerca de la problemática, Nivel técnico de los contenidos, Usabilidad del Documental Web, Uso de contenidos digitales entre sus públicos externos, e Interés en participar

- ⁷ Se entiende por actores insituacionales dentro de esta estrategia, a los miembros de las organizaciones que promovieron el desarrollo del proyecto miPáramo: Universidad de Medellín, Embajada Suiza en Colombia COSUDE, Cooperación Alemana GIZ, Alianza BioCuenca y GSI-LAC.
- ⁸ García explica el concepto de gamificación a partir de propuestas que pasan por las lógicas propias del juego como mecanismo para incitar a la acción de los usuarios, que se propician por medio de mecanismos de interactividad.
- ⁹ El estudio no considera las competencias mediáticas de los usuarios, ya que no forma parte de la investigación. Sin embargo, podría ser uno de los aspectos a considerar en futuros estudios debido a las posibles implicaciones que tienen las competencias mediáticas o digitales de los usuarios de una estrategia transmedial que busque la participación, interacción y co-creación de contenidos para la expansión de una narrativa transmedial.

Referencias

- Albarello, Franciso-Javier y Mihal, Ivana (2018). *Del canon ald fandom escolar. Comunicación y Sociedad*, v. 33, pp. 223-247. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7055>
- Bonino, Filippo (2011). *Is interactivity in interactive documentaries exploited at its full potential?* MA on Interactive Media 2010/2011. London College of Communication. http://www.interactivedocumentary.net/wp-content/2011/09/final_dissertation_Filippo-Bonino.pdf
- Buitrago, Alejandro; Navarro, Eva y García, Agustín (2015). *La educación mediática y los profesionales de la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Castells, Manuel. (2010). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Corona, José-Manuel (2016) ¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedia de las narrativas, *Icono*, v.14, n.14, pp. 30-48. DOI: 10.7195/ri14.v14i1.919
- De la Puente, Maximiliano y Díaz, Lorena (2015). El documental interactivo en la cultura de convergencia y las narrativas transmedia. *Doc On-line*, v. 18, pp. 61-83. DOI: 10.20287/doc.d18.dt08
- Galindo, Fernando; Suárez, Fernando y Martín, Juan-Ramón (2015). Análisis de la eficacia de una metodología didáctica basada en el uso de smartphones con estudiantes de comunicación. *Revista Prisma Social*, v. 15, 0-33. http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/15/secciones/tematica/t_01_smartphones-comunicacion.html
- García, Antonio (2015). *Documental y narrativa transmedia. Estrategias creativas y modelos de producción*. (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/47911>
- García-Avilés, José-Alberto (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo y Pensamiento*, v. 54, n.28, pp. 102-113. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4529>
- Gaudenzi, Sandra (2013) The living documentary: from representing reality to co-creating reality [trabajo de investigación]. Centre for Cultural Studies (CCS) of Goldsmiths. Londres: University of London. https://research.gold.ac.uk/7997/1/Cultural_thesis_Gaudenzi.pdf
- Gifreu, Arnau (2011). The interactive multimedia documentary as a discourse on interactive non-fiction: for a proposal of the definition and categorisation of the emerging genre”. *Hipertext.net*, v.9. <https://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/246258/329784>
- Gifreu, Arnau (2013). *El documental interactivo: Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Grandío-Pérez y María del Mar (2016). El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013). *Palabra-Clave*, v. 19 n. 1, pp. 85-104. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.1.4
- Hancox, Donna (2017). Convergence. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 23, n.1, pp. 49-60. <https://doi.org/10.1177%2F1354856516675252>
- Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. España: Editorial UOC.

- Irigaray, Fernando y Lovato, Anahí. (2011). *Hacia una comunicación transmedia*. Colombia: UNR Editora.
- Jenkins, Henry (2003). Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, Henry y Deuze, Mark (2008). Editorial: *Convergence culture*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 14, n.1, pp. 5-12. <https://doi.org/10.1177%2F1354856507084415>
- León, Bienvenido y Negrodo-Bruna, Samuel (2013). Documental web: una nueva página para el sueño interactivo. *Telos*, pp. 2-10. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35575/2/Revista%20Telos_BLeon_SNegrodo.pdf
- León, Bienvenido (2016). *El medio ambiente en el nuevo universo audiovisual*. Editorial UOC: Barcelona.
- Liuzzi, Álvaro (2015). El documental en la era transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos. *Obra Digital*, v. 8, pp. 105-135. De <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5287855>
- López, María-Elena y Saladrigas, Hilda (2016). Las TIC. Un nuevo escenario para el desarrollo local de las comunidades. *Opción*, v. 32, n.10, pp.71-94. <http://www.redalyc.org/html/310/31048901005/>
- López, Xosé. y Pereira, Xosé (2010). *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Universidad de Santiago de Compostela: Santiago de Compostela, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=435975>
- Olawuyi J.O. & Mgbale Friday. (2012). Technological Convergence. *Science Journal of Physics*, v. 2012, pp. 1-5. DOI:10.7237/sjp/221.
- Osuna, Sara y Busón, Carlos (2007). *Sociedad del conocimiento convergencia de Medios: la integración tecnológica en la era digital*. Barcelona: Icaria.
- Pinto, María-Cristina y Ríos-Hernández, Iván-Neftalí (2017). *Viabilidad en el uso de la narrativa transmedia como herramienta de empoderamiento y cambio social para la Alianza Biocuenca*. En *Perfiles actuales de la información y en los informadores*. Tecnos: Madrid.
- Pinto, M. C., y Ríos-Hernández, I. N. (2017). *Viabilidad en el uso de la narrativa transmedia como herramienta de empoderamiento y cambio social para la Alianza Biocuenca*. En *Perfiles actuales de la información y en los informadores*. Tecnos: Madrid.
- Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2019). *Organizaciones de Naciones Unidas*. <https://www.unenvironment.org/es>
- Ríos-Hernández, I.-N. (2017). Uso de la narrativa transmedia en entornos académicos virtuales o bimodales. *Miradas*, 1(14), 113-121. doi: 10.22517/25393812.15641
- Rodríguez, Isabel y Molpeceres, Sara. (2013) Los nuevos documentales multimedia interactivos: construcción discursiva de la realidad orientada al receptor activo. *Historia y Comunicación Social*, v.18, pp. 249-262. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44325>
- Scolari, Carlos. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto: Barcelona.
- Scolari, Carlos A.; Masanet, María-José; Guerrero-Pico, Mar y Establés, María-José (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies. *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 801-812.

Recibido: 22 de octubre de 2019 / **Aprobado:** 22 de diciembre de 2019