

RELACIÓN ENTRE LA CONVERGENCIA DE MEDIOS Y LA EXPERIENCIA DE USUARIO. DOS INICIATIVAS CREATIVAS EN COLOMBIA

RELATIONSHIP BETWEEN MEDIA CONVERGENCE AND USER EXPERIENCE IN TWO COLOMBIAN CREATIVE INITIATIVES

Silvia Natalia Buitrago Guzmán¹

Recibido: noviembre 29 de 2013
Aceptado: abril 8 de 2014

Resumen

La convergencia de medios, definida como el flujo de contenidos donde intervienen múltiples plataformas e industrias, es un proceso cada vez más cercano y presente en la sociedad. Allí la participación activa de la audiencia es fundamental, ya que su comportamiento migratorio en búsqueda del entretenimiento es el motor mismo de la convergencia que conecta contenidos aparentemente dispersos. El presente artículo es una reflexión alrededor de la relación entre la convergencia de medios y la experiencia de usuario en dos iniciativas creativas colombianas: "Reportajes 360" del diario El País de Cali y "En Órbita" Magazín Cultural Transmedia de Señal Colombia. Las experiencias de usuario, frente a la información audiovisual interactiva que se ofrece a través de las plataformas estudiadas, se caracterizan por: la inmediatez, como posibilidad de acceso al contenido en cualquier momento, la participación, que le otorga al usuario un rol activo en el acto comunicativo, la profundización, que ofrece mayor información del tema deseado enriqueciendo el consumo de información, la personalización, que permite la selección de contenidos a partir del interés del usuario llegando a niveles de individualización del acto comunicativo, y la narración no lineal, que otorga la capacidad de acceder a los contenidos en el orden que este determine, convirtiéndolo al usuario en un constructor del discurso. De las iniciativas analizadas se pudo evidenciar, siendo esta la conclusión principal de este documento, que el proceso de empoderamiento del llamado "prosumidor", demanda un mayor trabajo por parte del productor/

Abstract

Nowadays media convergence is defined as an information flow in which multiple platforms and industries take part in a process that is coming to the forefront for everyone. Therefore, audience participation is fundamental because their migratory behavior in search for entertainment, is the motor of convergence and represents a cultural change that connects apparently dispersed contents. This paper aims a reflection in relation between media convergence and user experience in two Colombian initiatives: "360 reports" – El País Newspaper (Cali) and "En órbita" transmedia cultural magazine of the state TV station "Señal Colombia." This is made based on thoughts by thinkers such as Henry Jenkins, Carlos Scolari, Arlindo Machado, Graham Meikle, Sherman Young, and Yo Jong Park. As a main conclusion, this paper shows the prosumer's empowerment process, which make the producer's and designer's job a greater one at the moment of building narratives to be told through different media.

Key words: media convergence, user experience, interactivity, prosumer

realizador/diseñador al momento de estructurar relatos que deben ser contados en diferentes medios.

Palabras clave: convergencia de medios, experiencia de usuario, interactividad, prosumidor

¹ Magíster en Comunicación, Profesora Asociada I, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Grupo de investigación en estudios de la imagen. E-mail: silvia.buitrago@utadeo.edu.co

1. Introducción

La transformación de la narración audiovisual en la era digital es un hecho indudable gracias a los avances tecnológicos y la masificación de Internet. La estructura, el rol del espectador, las plataformas de exhibición y el mismo acto de consumo de productos han cambiado lo suficiente como para transformar el quehacer audiovisual a la hora de estructurar relatos y esquemas de producción. Quizás una de las transformaciones más significativas reside en la convergencia de medios, cuyos límites son cada vez más difusos. La producción audiovisual involucra hoy por hoy múltiples plataformas mediáticas que intervienen de manera activa en los procesos de estructuración, realización, distribución y exhibición de un contenido, esta integración trasciende a la misma plataforma, atravesando soportes, protocolos, lenguajes, formas y modos de comunicación (Pérez y Acosta, 2013).

La convergencia de medios está directamente relacionada con la transformación del rol actual del espectador, para quien este apelativo ya es limitado en definición, dando paso a los conceptos de usuario y "prosumidor" (productor-consumidor). Esta metamorfosis ha sido abordada por diversos autores que constituyen el suelo teórico de la presente reflexión.

Henry Jenkins concentra su atención en el rol del fanático o "fan" en la convergencia cultural, sugiriendo que las lógicas alrededor de conceptos como el entretenimiento, la conexión social, la experticia, la inmersión y la identificación, han contribuido al incremento en la participación y el empoderamiento de dicho fan, generando transformaciones en la manera de ser percibido por las industrias culturales (Jenkins, 2008; Jenkins, 2013). El autor a partir del análisis de películas, series de televisión, videojuegos y comics, deja en evidencia como este, inmerso en el universo narrativo; genera sus propias extensiones y aportes. Dicho material circula en los diferentes medios e incluso llega a repercutir en el "mundo real" gracias a ellos mismos como un

proceso paralelo al de la distribución de material propio del producto en sí, lo cual le corresponde a las industrias culturales. En suma el fan re apropia contenidos de una manera innovadora y los propaga a través de sus comunidades, sus acciones no son virales, ni ellos deben ser llamados piratas, dice el autor, pues dichas palabras traen implícito connotaciones negativas.

Carlos Scolari aborda en sus textos, desde el análisis de teorías de la comunicación, (Scolari, 2008; Scolari, 2013) la relación entre convergencia de medios y usuarios. El mismo Scolari propone que dichas teorías entran en crisis con la aparición en escena de los medios tecnológicos que posibilitan la convergencia, de esta manera la producción cultural, resultado de la masificación de la imprenta, queda en "jaque" (2008, p. 182) con el advenimiento de la comunicación digital. Adicionalmente el autor estudia la presencia de la narrativa en diversos medios y la participación de las audiencias en la creación y desarrollo del relato, siendo este eje y factor determinante en la consolidación de un proyecto creativo en la actualidad. Es relevante anotar que dentro de sus análisis incluye otros contenidos que van más allá de la ficción como el periodismo, el activismo, la educación y la publicidad.

Arlindo Machado en sus textos: el advenimiento de los medios interactivos y el sujeto en la pantalla: la aventura del espectador, del deseo a la acción (Machado, 2000; 2009) se hace preguntas en relación al uso y potencialidad de las herramientas digitales en los procesos creativos y hace énfasis en como ¿los usuarios? disponen de manera instantánea y simultánea de todas las posibilidades de articulación del texto-verbo-audiovisual (Machado, 2000). Adicionalmente estudia los modos de expresión y presentación del individuo que se generan en el ciberespacio y en la convergencia de medios, evidencia como el usuario, al que llama interactor, se concibe como un elemento clave en los nuevos dispositivos, y se caracteriza por su recepción activa motivada por los medios mismos.

Meikle y Young (2012) se enfocan en la comprensión de escenarios mediáticos usados diariamente como facebook, google y iTunes a través del concepto de la convergencia, la cual toma lugar a través de contextos tecnológicos, industriales, sociales y textuales interrelacionados y posibilita el desarrollo y transformaciones del ecosistema mediático. Para los autores la convergencia significa tanto nuevas oportunidades para que las audiencias creen y compartan sus contenidos, como que colaboren en el desarrollo de productos fuera del circuito establecido por las industrias culturales.

Ji Yong Park concentra su atención en las necesidades del usuario y en su participación, elementos que considera fundamentales en el proceso de diseño. El autor propone actividades permanentes de co-creación con el usuario que generen diálogos igualitarios que permitirán generar nuevos campos de creatividad colectiva (Park, 2012).

Con base en las anteriores ideas, este texto pretende reflexionar alrededor de la relación entre la convergencia de medios y la experiencia de usuario en dos iniciativas creativas colombianas: "Reportajes 360" del diario El País de Cali y "En Órbita" Magazín Cultural Transmedia de Señal Colombia. Se hace especial énfasis en los modos en los que estos proyectos asumen la noción de usuario, articulan diferentes medios y plataformas y desarrollan el relato y su tratamiento ubicando a este como centro. El texto comienza definiendo conceptos importantes como convergencia de medios, experiencia de usuario y prosumidor; posteriormente presenta y discute los casos de estudio anteriormente mencionados y finaliza con conclusiones producto del análisis realizado.

2. Marco teórico

2.1 Convergencia de medios

El término convergencia fue usado por primera vez, en el contexto de los medios de

comunicación, por Ithiel de Sola Pool quien, en su texto *Technologies of Freedom* en el año 1983, analizó la propaganda nazi y comunista para establecer cómo una convergencia borraba progresivamente las líneas entre los medios.

Henry Jenkins (2008) ubica a Pool como profeta del concepto y explora las complejas intersecciones entre "nuevos" y "viejos" medios, Jenkins demuestra el empoderamiento del usuario como creador y movilizador de dichos cruces. Para el autor la convergencia no significa solamente la interconexión de tecnologías y medios, implica principalmente un proceso de cambio directamente relacionado con nociones como Cultura Participativa, entendida como una invitación al usuario a la participación en la creación y difusión de nuevos productos, e Inteligencia Colectiva, concepto tomado de Pierre Lévy que describe una nueva forma de poder dentro de las comunidades virtuales para estimular el conocimiento de sus integrantes por medio de prácticas colaborativas y la reflexión colectiva.

La convergencia de medios ha posibilitado que el Transmedia y el Crossmedia se instalen como formas de narrar que proporcionan elementos integrales de una misma historia a través de múltiples plataformas. Estos conceptos están en permanente definición y discusión por parte de los teóricos, pero, a pesar de ello, es posible hacer una aproximación a sus características: en el Crossmedia una misma historia se interpreta de modos independientes en diferentes medios, mientras que en el transmedia varias historias se fijan en un universo diegético y cada una de ellas se narra a través de diferentes medios, dando lugar a entrecruzamientos de tramas y contenidos.

En suma, la convergencia de medios se manifiesta a través de experiencias integradas e interactivas que ocurren a través de múltiples plataformas y tienen la capacidad de sumergir al usuario en un universo diegético al que puede acceder por medio de diferentes puntos de entrada.

2.2 Experiencia de usuario

El término se le ha atribuido a Donald Norman y Jakob Nielsen, fundadores del grupo especializado en investigación, entrenamiento y consultoría en experiencia de usuario Nielsen Norman Group, (<http://www.nngroup.com>) quienes plantean que una experiencia del usuario comprende todas las aristas de la interacción del usuario con el producto, el servicio y la empresa, y significa un proceso que va más allá de dar a los clientes lo que dicen y suponen que quieren.

El esquema de los elementos de la experiencia de usuario que ofrece James Garret (2000) complementa los aportes de Norman y Nielsen, allí identifica los componentes fundamentales que estructuran la experiencia de usuario como el diseño visual, el diseño de información, la arquitectura de información, el diseño de interacción, las especificaciones funcionales, los requerimientos de contenido, los objetivos del sitio y las necesidades del usuario.

La experiencia de usuario, como el proceso que permite que una interfaz produzca sensaciones y emociones en una interacción, está directamente relacionada con el comportamiento, objetivos y motivos del usuario al acceder a una interfaz determinada. Detenerse en el proceso que implica diseñar una experiencia, significa ubicar al usuario como un par del desarrollador o realizador prestando especial atención a sus modos de aproximación y uso del producto, buscando finalmente un intercambio coherente, efectivo y afectivo entre el usuario y dicha interfaz.

2.3 Prosumidor

La palabra prosumidor proviene de la unión de las palabras producir y consumer. La primera aproximación al concepto fue formulado por McLuhan y Barrington (1972), los cuales describieron al consumidor de la tecnología electrónica como un individuo capaz de desempeñar acciones de producción y consumo

de contenidos de manera simultánea.

Posteriormente, el futurólogo Toffler (1980) se refirió al consumidor proactivo o prosumer para describir a aquellos usuarios participantes en el diseño y mejoramiento de productos y servicios. El autor afirmó que los prosumidores serían determinantes en el curso de la economía.

Levine, Locke, Searls y Weitberger (2009) proponen que gracias a la web 2.0 el consumidor pasivo se ha transformado en un prosumidor activo que con sus acciones impulsan cambios en el mercado. Además, Friedman (2005) hace especial énfasis en la posibilidad infinita de acceso a la información que tienen los prosumidores, deteniéndose en la relevancia de la autonomía en sus acciones.

En la actualidad el concepto de prosumidor se aplica usuarios que hacen uso de los canales de comunicación para la producción de contenidos, de manera simultánea al consumo, y vinculan características participativas, creativas, colaborativas y contributivas a dicho acto; es clave reconocerlo como protagonista en los procesos comunicativos actuales, especialmente en un medio como Internet.

3. Discusión

3.1 Reportajes 360 - Diario El País (Cali)

"Reportajes 360" (<http://www.elpais.com.co/reportaje360/web/home.html>) nace en el año 2009 como respuesta a la necesidad de posicionar al diario El País de la ciudad de Cali dentro de la oferta de contenidos multimedia. Teniendo como referentes proyectos como Media Storm (<http://mediastorm.com>) e Interactive Narratives (<http://interactivenarratives.tumblr.com>), Manuel González, antropólogo especializado en producción audiovisual y su equipo, empiezan a estructurar historias locales que interpelaran a su audiencia principal, caleños residentes dentro y fuera de la ciudad y el país. "Reportajes 360" tiene

como centro la web y desde allí moviliza a través de sus narraciones, que involucran video, fotografía, sonido, texto, animación y graficación.

En éste caso el usuario es el centro de la propuesta narrativa, lo cual se ve reflejado en los múltiples puntos de entrada que se ofrecen, la ausencia de una voz off que guía el relato, la vinculación de la mayoría de actores relacionados con la situación o tema central del reportaje, y principalmente la relevancia que se le otorga a los contenidos generados por los usuarios y a sus intervenciones en las redes sociales: facebook, twitter, ointerest, myspace, flickr y youtube. Lo anterior se observa en el reportaje "360 al Límite", donde los usuarios de Colombia y otras partes del mundo han publicado vídeos de trucos y retos en deportes extremos.

Esta apuesta evidencia el interés de los realizadores, desde el comienzo del proyecto, en crear y mantener una comunidad activa que apropie el relato ofrecido; para lograrlo, el equipo de trabajo decidió implementar técnicas de recolección de información utilizadas en las ciencias sociales como la observación participante para lograr vínculos más profundos con los protagonistas de las historias y los mismos usuarios; en estos propósitos se puede encontrar una clara transformación de la relación usuario – producto.

Uno de los componentes claves en la experiencia de usuario de "Reportajes 360" es la propuesta gráfica y la construcción de cada reportaje como unidad individual con su propia estética. Teniendo como apoyo una línea gráfica definida tanto una navegabilidad sencilla como pertinente al concepto de cada tema, se capta la atención del usuario y se le ofrece un abanico de información por descubrir. De esta oferta se desprenden los espacios de opinión y discusión, en los cuales la actividad varía en relación al tema central; por ejemplo reportajes con temáticas controversiales como "La hoja sagrada" y "Detrás del camuflado", presentan comentarios y discusiones más

acaloradas que reportajes como "Cali, Una Industria Salsera", "ciudad Nocturna" y "Oiga Mire Ve". Cabe destacar que en "360 al Límite" se puede encontrar cómo un intercambio de opiniones se convierte en construcción colectiva de conocimiento en las explicaciones y demostraciones grupales de deportes extremos.

Debido a que "Reportajes 360" se desprende del Periódico El País, sus contenidos poseen principalmente un carácter informativo. La experiencia de usuario que se ofrece está marcada por la estética y el estilo gráfico pulcro y propio en cada reportaje. Cabe resaltar que, adicional al diálogo que se ofrece a través de la interfaz, "Reportajes 360" llega a generar experiencias físicas; lo anterior es especialmente cierto en la sección "360 al Límite", puesto que los usuarios se graban para posteriormente publicar el vídeo, convirtiéndose así en reporteros; esto se constituye en la principal recompensa a la participación.

3.2 Magazín Transmedia "En órbita" de Señal Colombia

El proyecto "En Órbita" (<http://www.enorbita.tv>) es un producto transmedia que ofrece información regional, nacional e internacional de cultura y entretenimiento. Busca transformar la visión errada de cultura que únicamente relaciona este concepto con exposiciones de arte, proyecciones de cine y museos con la idea errada de entretenimiento que suele asociarse a los chismes y a la farándula. "En Órbita" desde comienzos del 2013, se ha consolidado como producto bandera de Señal Colombia en cuanto a contenidos convergentes, teniendo en cuenta que dicho canal público actualmente se estructura como casa de medios, haciendo uso de la radio, la televisión e Internet.

En el proyecto, el usuario puede seleccionar cualquiera de éstos tres canales según el enfoque, profundidad y tipo de información que desee. Así, la web se constituye como el eje del proyecto y

escenario base para la construcción de comunidad que se complementa con un programa de televisión emitido diariamente y dos emisiones en radio: en la mañana en Señal Radiónica y en la tarde en Señal Radio Colombia. Se busca que las tres plataformas se complementen entre sí alrededor de contenidos de temática cultural, uno de los principales retos ha sido la selección, clasificación e integración de la información en los medios, pues no todos los contenidos funcionan para las tres plataformas.

Al vincularse tanto las estaciones radiales como el canal de televisión a una estructura narrativa convergente, su naturaleza sonora y audiovisual se transforma, pues adquieren elementos de los otros medios, modificando sus modelos de comunicación tradicionales.

El usuario tiene la posibilidad de sugerir temáticas y ejecutarlas a través de los canales. Herramientas como "creación colectiva" ofrece el espacio no solo para crear información, también puede narrar su proceso de creación y referir a información alternativa. Lo anterior evidencia la manera en la que la relación del usuario con el mensaje cambia, pues en la medida en que esta información lo vincule como participante o creador, se genera un vínculo más cercano, fiel y comprometido.

El claro interés de los realizadores de "En Órbita" y de Señal Colombia como Casa de Medios en ofrecer a los usuarios espacios reales de encuentro, interacción y creación se puede ver reflejado en el lanzamiento del libro virtual "De mil autores", un proyecto de construcción colectiva a través de internet, escrito en su primer volumen por más de 280 usuarios que participaron, utilizando la técnica surrealista conocida como cadáver exquisito, método de creación colectiva no regida por la linealidad o la coherencia del resultado final, la técnica se usó inicialmente en la escritura y de allí pasó a la pintura y otras artes representativas. En "De mil autores", los saberes y sentires individuales del usuario adquieren otra

dimensión al entrar en diálogo con los demás, generándose una experiencia de complementariedad.

Adicionalmente "En Órbita" ofrece a los usuarios otras posibilidades de participación, en redes sociales (twitter, facebook, youtube, tumblr e instagram) con comentarios, multiplicación (shares y retweets), publicación de material propio, y respuestas en los blogs.

4. Conclusiones

"Reportajes 360" y "En Órbita" reflejan cómo en la convergencia de medios coexisten diversos sistemas a través de los cuales fluyen contenidos que se entrecruzan. En este constante movimiento no solo están involucradas las plataformas como canales tecnológicos de distribución. Se trata, principalmente, de un proceso de transformación cultural que se fundamenta en nuevas posibilidades de acción y participación de los usuarios.

En las dos iniciativas la comunicación interactiva se experimenta a través de formas de narrar que proporciona elementos integrales de una misma temática a través de múltiples plataformas con el fin de crear una experiencia de usuario unificada. Esta convergencia motiva el establecimiento de nexos entre el usuario y los contenidos que consume, conexiones que en algunos casos a primera vista son inexistentes.

La convergencia desde sus cuatro dimensiones; tecnológica, industrial, social y textual, ha posibilitado la aparición de un usuario/creador de contenidos en línea, esto significa un cambio en la naturaleza de los usuarios que además de ser audiencia son participantes (García y León, 2000). Se puede ver como porcentaje significativo de usuarios de "Reportajes 360" y "En Órbita", de manera cada vez más sencilla y económica, hace uso de las herramientas dispuestas en la web para la creación visual, sonora y audiovisual.

La experiencia de usuario frente a la información audiovisual interactiva que se ofrece a través de las múltiples plataformas de "Reportajes 360" y "En Órbita" se caracterizan por: la inmediatez, como posibilidad de acceso al contenido en cualquier momento, la participación, que le otorga al usuario un rol activo en el acto comunicativo, la profundización, que ofrece mayor información del tema deseado enriqueciendo el consumo de información, la personalización, que permite la selección de contenidos a partir del interés del usuario llegando a niveles de individualización del acto comunicativo, y la narración no lineal, que otorga la capacidad de acceder a los contenidos en el orden que este determine, convirtiéndolo en arquitecto y constructor del discurso.

A partir de las propuestas comunicativas analizadas se puede afirmar que la convergencia de medios empieza a hacer parte de nuestra cotidianidad, su acceso cada vez es más inmediato y ubicuo, genera un consumo más natural y transparente. Su incidencia en la experiencia del usuario significa un reto en doble vía, por un lado demanda a las empresas generadoras de contenidos una evaluación de sus estrategias narrativas y de fidelización de la audiencia por medio de la participación y la creación de contenidos y una reconsideración de la potencialidad que cada medio le puede ofrecer a un relato. Para el usuario significa una invitación a la acción, la migración, la conexión, la participación y tanto la creación individual como colectiva, gracias a la convergencia de medios, aquel viejo consumidor pasivo, predecible, estático, aislado e invisible está por desaparecer.

Son innumerables las variables a analizar en la relación entre convergencia de medios y experiencia de usuario, por mencionar algunas: el contraste entre la concentración de la propiedad de los medios involucrados y la facilidad y libertad que puede tener el usuario para participar de manera activa en los productos convergentes, el concepto de obra y autor, a la luz de las creaciones colectivas que acompañan dicha convergencia, y

la alfabetización mediática de los ciudadanos como elemento determinante para el desarrollo de una nueva cultura participativa de calidad en este escenario convergente.

Agradecimientos

El anterior texto hace parte de la investigación: desarrollo de principios metodológicos para la realización de contenidos audiovisuales interactivos para la web en Colombia, proyecto financiado por la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Referencias

Friedman, T. L. (2005). *The world is flat: a brief history of the twenty-first century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

García, J., & León, B. (2000). La información audiovisual interactiva en el entorno de convergencia digital: desarrollo y rasgos distintivos. *Comunicación y sociedad* [online], 13(2), 141 – 179. Recuperado de http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=126

Garret, J.J. (2000). *Un vocabulario visual para describir arquitectura de información y diseño de interacción*. Traducción: Javier Velazco (marzo 2002) [en línea]. http://www.jjg.net/elements/translations/elements_es.pdf

Meikle, G., & Young, S. (2012). *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, H. (2013). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Taylor & Francis.

Levine, R., Locke, C., Searls, D., & Weitberger, D. (2009). *The cluetrain manifesto. 10th anniversary ed.* New York: Basic Books.

Machado, A. (2000). *El advenimiento de los medios interactivos.* En M. Groisman (Coord.). *El medio es el diseño: estudios sobre la problemática del diseño y su relación con los medios de comunicación* (3.ed.). Buenos Aires: Eudeba.

Machado, A. (2009). *El Sujeto en la pantalla: la aventura del espectador, del deseo a la acción.* Barcelona: Gedisa.

McLuhan, M., & Barrington, N. (1972). *Take today; the executive as dropout.* New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Park, J.Y. (2012). *Design process excludes users: the co-creation activities between user and designer.* *Digital Creativity*, 23, 79-92.

Pérez, A., & Díaz, H. (2003). *La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información.* *ACIMED* [online], 11 (5). Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352003000500003&lng=es&nrm=iso.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva* (1a ed.). Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan.* Barcelona: Centro Libros PAF, S.L.U.

Toffler, A. (1980) *The third wave.* New York: Morrow.