

PERIODISMO, REDES SOCIALES Y TRANSMEDIACIÓN

Denis Porto Renó¹

Resumen

Los estudios sobre comunicación siguen por distintos caminos, incluso en el campo de las tecnologías digitales. Especialmente en el campo de las redes sociales y de la transmediación, hay una gran diversidad de estudios, pero la mayoría direccionada al campo de la ficción, en cuanto el periodismo sigue sin estudios prácticos específicos. Este artículo presenta los primeros datos de un estudio teórico-práctico sobre periodismo y transmediación que contempla las redes sociales y los dispositivos móviles. Para tanto, son adoptados como metodología el estudio de caso y el método casi experimental. Se espera proporcionar, a partir del estudio, nuevas miradas sobre el tema.

Palabras clave

Periodismo, comunicación, narrativa transmedia, audiovisual, nuevas tecnologías digitales.

Introducción

Los cambios en la circulación de información tienen provocado cambios en diversos vehículos de comunicación. Importantes publicaciones, como la tradicional National Geographic, tienen trabajado en proyectos de producción de contenidos multimedia. Al mismo tiempo, estos vehículos buscan soluciones para el cambio de la publicidad, fundamental para la manutención de estos espacios. También tiene provocado estudios sobre la posibilidad de trabajar con periodismo colaborativo, es decir, con el concepto defendido por Dan Gillmor (2005), donde nosotros somos media en potencial y podemos producir contenido a distintos espacios comunicacionales.

Mientras algunos vehículos de comunicación buscan soluciones apoyadas a los cambios de los procesos comunicacionales, esto no tiene sido suficiente, pues mucho de que podemos mirar en los procesos donde hay una estructura multimedia no es algo proyectado. Efectivamente, los contenidos multimedia están en la red, pero no hay una explicación de cómo llegó a esto. En una conferencia presentada en 26 de julio de 2011 en la Aula Máxima de la Universidad del Rosario, en Bogotá, el ex presidente de National Geographic y periodista John Griffin declaró que esto ocurre en esta publicación. Según él, allí existe el contenido multimedia, destinado especialmente a los dispositivos móviles y la Internet, pero no si hace un proyecto antes de hacer el contenido. Si hace una reorganización de los contenidos producidos para que sea posible proporcionar a los lectores la interactividad, pero sin plantear todo antes.

Lo que declaró Griffin fortalece mi concepto de que no tiene sido suficiente lo que tenemos disponibles en los espacios multimedia para que sea construida una narrativa transmedia en los contenidos periodísticos disponibles. Esto ya ocurre en la ficción, pero en el periodismo la estructura narrativa aún está muy lejos de lo que es necesario para que la transmediación sea una realidad.

Por otro punto, hay un creciente espacio para comunicadores y, especialmente, periodistas, en el mercado de trabajo que sepan trabajar con las redes sociales y con contenidos multimedia. Es decir: hay una demanda de mercado, pero no hay un estudio sobre como producir contenido que atiendan esta demanda. Además, empresas apuestan en creación y desarrollo de redes sociales con herramientas

destinadas a periodistas, como Facebook, Google+ y Twitter. También se producen tecnologías para producción periodística en dispositivos de telefonía móvil, y la adopción de estos dispositivos tiene sido estudiada por importantes empresas de comunicación, como la Rede Globo, de Brasil, que desarrolla un manual sobre como utilizar el iPhone 4 para producir reportajes para la televisión. Este manual hace parte de una programación de talleres destinados a todos los periodistas que trabajan en el grupo, y no solamente a las tradicionales equipos de reportaje.

Este artículo presenta conceptos y procedimientos para que si pueda producir contenido informativo verdaderamente interactivo y que contempla los conceptos de la transmediación. Para tanto, llevo a cabo los datos levantados en la primera etapa de mi estudio sobre el tema, apoyados en resultados del experimento piloto.

Interacción e interactividad

Aún que no sea novedad el tema, el concepto sobre las distinciones entre interacción y interactividad es cuestionada entre teóricos que creen en significaciones divergentes. Para unos, el concepto es algo sencillo, pero para otros la interactividad es algo complejo, así como la interacción, como argumenta Lev Manovich (2005). Otro cuestionamiento es apuntado por Alex Primo (2007), que defiende la inexistencia de interactividad, y que todo es interacción. Según Primo (idem; 13), lo que existe en los procesos comunicacionales es una “acción entre”, lo que significa la interacción. Considero que el termo interactividad existe, pues es la relación, muchas veces, hombre-máquina, es decir, una arquitectura que proporciona una actividad entre el usuario y su maquina.

Sobre los conceptos sobre lo que viene a ser la interactividad, merece destaque lo presentado por James Cameron (apud Shaw, 2005;372), para quien “el usuario, a través de nuevos caminos, obtiene nuevas experiencias”, es decir, por medio de la definición de sus caminos, en un laberinto el usuario adquiere sus propias experiencias. Cuanto más fragmentos existen, más posibilidades de combinación existirán en el proceso comunicacional, en la oferta y construcción de significación.

Claro que la interactividad está presente en cualquier proceso comunicacional, mismo que unidireccional. La interactividad ocurre, por ejemplo, en la recepción de un

mensaje y en su interpretación. El acto de interpretar es interactivo. Pero, esto es un proceso limitado, en algunos casos, a la conciencia del receptor. Ello puede no tener reacción expresiva, aún que tenga interactuado, lo que transforma el proceso un tanto limitado.

De acuerdo con Lorenzo Vilches (2003; 229), “la interactividad no es un medio de comunicación, pero una función dentro de un proceso de intercambio entre dos entidades humanas o máquinas”. Esto es una necesidad pertinente a la postmodernidad, denominada de modernidad líquida por Zygmunt Bauman (2001). En estos tiempos, la sociedad pide procesos participativos y libertad para escoger los caminos y la forma de construcción, o reconstrucción, de la información. La sociedad, también conocida por red de actores comunicacionales (Manovich, 2005), es formada por coautores.

Pero los procesos interactivos son reorganizados por niveles de interactividad, o interacción. Entre los niveles, podemos destacar la escalabilidad, la simulación, presentados por Manovich (2005; 103). Aún, de acuerdo con el autor:

(...) adopto algunos otros conceptos como la interactividad por menús, la escalabilidad, la simulación, la interfaz de imagen y la imagen de instrumento, para describir distintas clases de estructuras y de operaciones interactivas. La distinción entre interactividades “abiertas” y “cerradas” es solamente un ejemplo de este enfoque.

Para Manovich (2005; 87), las interactividades abiertas y cerradas son distintas, pues en cuanto las abiertas presentan posibilidades distintas, como la programación informática procedimental, las cerradas presentan los elementos fijos y dispuestos en una estructura arbórea. Vilches (2003; 234) concluye con la defensa de que “la interactividad es el pasaje de la mediación para la creación. Los usuarios dejan de ser objetos de manipulación, para transformarse en sujetos que manipulan”.

Periodismo transmedia en las redes sociales

Las redes sociales, hoy, son ejemplos ideales para hacer periodismo, o, por lo menos, buscar y desarrollar contenidos que puedan cambiarse en noticia. Entre los espacios de las redes sociales que se destacan, están los espacios de la blogosfera,

compuesto por los blogs, sitios como el YouTube y microblogs (Twitter), así como sitios de relacionamiento, como Facebook y Google+, esto último en fase de implantación en el momento de producción de este texto.

Los periodistas encontraron en la blogosfera una posibilidad de hacer lo que no es posible ser hecho en los periódicos convencionales, mientras como dice Michael Kunczik (2001), “la libertad de prensa es una realidad para poco más de 200 personas con mucha plata”. En verdad, ahora a este concepto de Kunczik debemos sumar que la libertad también es una realidad para los que hacen parte de la blogosfera, es decir, del mundo de los blogs, microblogs y espacios como YouTube (Renó, 2008).

Algunos periodistas construyeron sus espacios con credibilidad, lo que hacen con que asuman el papel de periodismo independiente, es decir, como un espacio de combate a la supremacía de los oligopolios de comunicación. Con esto, pasa a existir una dosis de ciudadanía en los espacios mediáticos, muchas de las veces sirviendo de agenda para los medios convencionales, pues provocan una discusión social que obliga a la prensa a poner estos temas en sus planes de información. Un ejemplo es el blog del periodista brasileño Ricardo Noblat. Especializado en periodismo y política, Noblat hace tiempo que trabaja como *gatekeeper* de la media alternativa, haciendo con que sus discusiones ganen fuerza en la sociedad a punto de obligar a la media a trabajar con determinado encuadre de la información. Entre tanto, hoy el blog de Noblat está dentro del portal del periódico O Globo, del grupo de comunicaciones Rede Globo, lo que provoca cuestiones sobre su real libertad de prensa.

Otro camino de alimentación de la media a partir de la blogosfera es el microblog Twitter, que, por su velocidad y objetividad (es un perfecto *lead*), hace con que la información tenga una circulación instantánea, incluso con posibilidad de imágenes (foto, video, audio y mapas) y enlaces. Los periódicos trabajan, hoy, con la construcción de fuentes oficiales, oficiosas o mismo independientes a partir del Twitter, y la circulación es posible a partir de este espacio, incluso para los primeros contactos. Como dice José Luis Orihuela (2011; 7), “Twitter es una herramienta paradójica: nunca fue tan sencillo hacer algo tan complicado, ni tan complicado hacer algo tan sencillo”. Por ser tan sencillo, es al mismo tiempo práctico y abierto a la circulación de la información.

Por supuesto, los procesos comunicacionales con las redes sociales ganan más fuerza cuando llegan a los espacios de relaciones entre personas, como el Facebook y el Google+, que proponen una avanzada forma de distribución de contenido por los integrantes de sus redes personales, haciendo una multiplicación por los nudos con otras redes de usuarios, lo que Castells (1999; 566) define como “Sociedad en red”.

Redes son estructuras abiertas capaces de expandir de forma ilimitada, integrando nuevos nudos desde que consigan comunicarse dentro de la red, es decir, desde que compartan los mismos códigos de comunicación (por ejemplo, valores o objetivos de desempeño).

Estas redes poseen pertinente capacidad de difusión y ofrecen recursos diversos para su utilización, incluso a partir de dispositivos móviles. Estos espacios, denominados no-locales por Augé (2007), son el punto de encuentro de los ciudadanos, que construyen una estructura comunicacional llamada por Jenkins (2009; 384) de Narrativas Transmedia, que son para ellos:

Historias que se desarrollan en múltiples plataformas de media, cada una de ellas contribuyendo de forma distinta para nuestra comprensión del universo: un abordaje más integrado del desarrollo de una franquía do que los modelos basados en textos originales y productos accesorios.

Las redes sociales poseen como características la construcción de espacios *customs*, sea en el aspecto visual, o en las informaciones. La utilización de espacios para publicar fotografías también es frecuentemente utilizado, pues de esta forma el ambiente queda con aire de espacio de visitante de una casa, es decir, con los principales registros fotográficos en exposición. Entre tanto, los recursos superan esto, como la publicación de videos y el desarrollo de diálogos entre los amigos virtuales, ampliando más aún la sensación de una ubicación real-virtual (Augé, 2007).

La arquitectura de la información

La forma de hacer contenido transmedia o para redes sociales y blogosfera exige más de los autores. No se produce como antes. Existe una necesidad distinta de se proyectar, planificar los caminos y los contenidos distintos para, al final, producir. Es

necesario hacer un guión multimedia, definido por George Landow (2009) como mensajes hipermediaticas.

Para esto guión multimedia, propongo la construcción, antes de todo, de una estructura que denomino Flujograma Algoritmico Circular Rizomatico (Renó, 2010). Esto flujograma consiste en construir, visualmente, los caminos y los contenidos posibles y necesarios para después salir a la producción de los contenidos. Es un guión visual que permite experimentar los distintos caminos de los contenidos y las relaciones entre ellos para después producir de forma más eficaz.

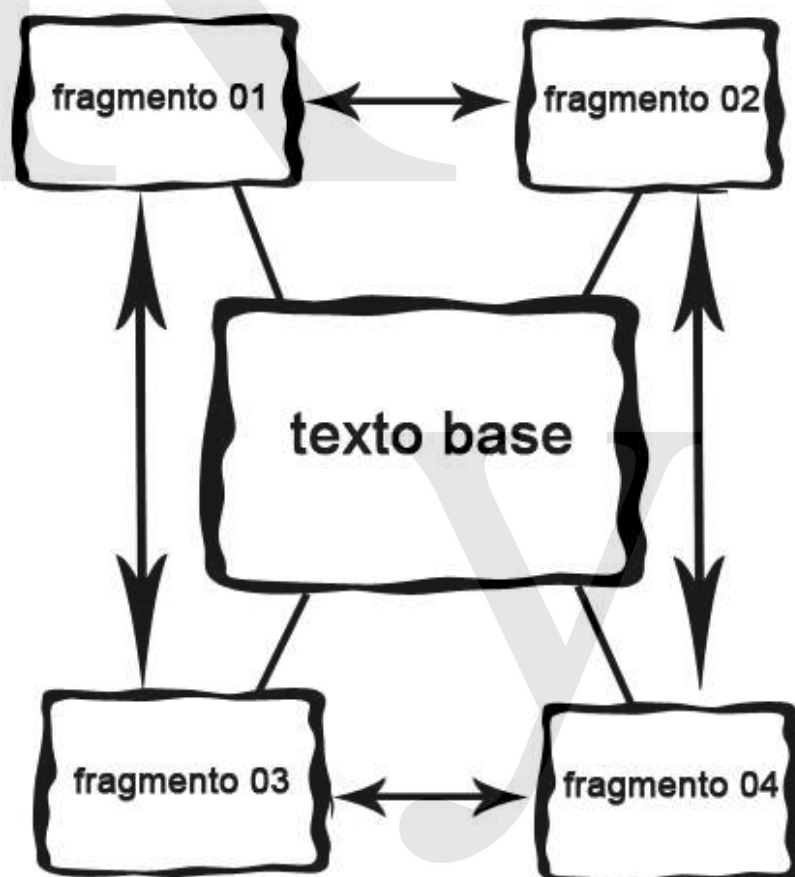


Figura 1 – Flujograma Algoritmico Circular Rizomatico

Vicente Gosciola (2008) defiende la necesidad de se producir un guión para después salir en producción del contenido. De esta forma, es posible optimizar la producción y el tiempo, incluso. Así es posible tener una mejor construcción transmedia, incluso. Pero, en verdad, de acuerdo con Jenkins (2009; 44), la construcción transmedia está ocurriendo dentro del cerebro de los ciudadanos, naturalmente, por una evolución intelectual de la sociedad.

Otro parametro de producción es referente a las herramientas posibles para se producir contenidos transmediaticos para redes sociales y blogosfera: dispositivos móviles. Para tanto, fue estudiado el teléfono móvil iPhone, modelo 3GS, que permite la producción audiovisual, incluso el proceso de edición, así como fotografías de calidad y envío de textos a blogs, Facebook, Google+ y Twitter.

Para producir contenido audiovisual, es utilizado el aplicativo Reel Director para la edición del fragmento informativo, a partir de los materiales grabados en el mismo teléfonos. Con estos materiales, si puede hacer un fragmento periodístico, con créditos de los entrevistados y/o del reportero.



Figura 2 – *Timeline* del aplicativo de edición audiovisual *Reel Director*

La producción fotográfica cuenta con la camera disponible en el propio equipo, aún que si puede adoptar aplicativos de tratamiento de imagen, como el *Adobe PhotoShop Express*. A partir de esto, es posible hacer mejorías en los imágenes registradas para después enviar a las plataformas comunicacionales.

Por fin, la producción de texto es posible a partir del aplicativo BlogPress, que al final permite que el texto tenga fotos y vídeos, tanto los disponibles en el archivo del

teléfono como la producción de nuevos contenidos (vídeo y/o foto). También permite que sea creado un link del texto en el Twitter y el Facebook, automáticamente, y la copia del link para poner en el Google+. Con esto, es posible hacer la distribución de contenidos informativos por redes sociales a partir de un teléfono móvil, atendiendo a otros conceptos transmediáticos: la movilidad.

Consideraciones

Los cambios sociales hacen con que cambiemos las formas de vivir. Esto pasa con la alimentación, con las formas de entretenimiento e, por supuesto, con las formas de comunicación. Esto ya quedó claro entre los profesionales cuando el tema es ficción, probablemente porque el medio está directamente involucrado con el mercado. Entretanto, aún que sea necesario, en el campo del periodismo no hay una definición o una evolución para tanto, como hay en la ficción. Contudo, es posible desarrollar una forma de se producir contenido para los medios hipermediáticos y para la sociedad contemporánea.

Esta realidad está ubicada en la narrativa transmedia, así como en las redes sociales y la blogosfera. En estos espacios, es posible desarrollar contenidos que atiendan a las aspiraciones de la sociedad postmoderna. Aún sobre esta sociedad, es necesario plantear contenidos que sean interactivos, es decir, que ofrezcan a la sociedad la posibilidad de participación de coautoría en la información. Para tanto, es fundamental desarrollar un fljograma.

Pero hay otro punto fundamental y que debe ser explotado por los periodistas, especialmente: los dispositivos de telefonía móvil, que pueden ser, y ya asumen este papel en innumerables redacciones periodísticas. En verdad, es una realidad que solamente los más conservadores quieren evitar. Pero es inevitable, y quien no aceptar esto puede perder su espacio en el mercado de la comunicación periodística, donde la agilidad en la producción de contenido es algo fundamental.

Referencias

- Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Madrid: Gedisa.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. São Paulo: Jorge Zahar Editores.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.
- Gosciola, V. (2008). *Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas*. São Paulo: Editora SENAC.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. 2ª edição. São Paulo: Aleph.
- Kunczik, M. (2001). *Conceitos de jornalismo*. São Paulo: Com arte.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Orihuela, J.L. (2011). *Mundo Twitter*. Barcelona: Alienta editorial.
- Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina.
- Renó, D. P. (2010). *Uma linguagem para as novas mídias: a montagem audiovisual como base para a constituição do cinema interativo*. Tese de Doutorado em Comunicação – FACOM – UMESP.
- Renó, D. P.. Comunicação e cidadania: gritos folkcomunicacionais latino-americanos no YouTube. In OCLACC-UTPL (2008). *Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias*. Loja: Livraria e Editora Padre Reus.
- Shaw, J.. O cinema digitalmente expandido: o cinema depois do filme. En Leão, L. (2005). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: SENAC.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Loyola.

¹ Periodista y documentalista, doctor en Comunicación Social, desarrolla su postdoctorado sobre periodismo transmedia. Es profesor asociado de Carrera en la Universidad del Rosario, en Bogotá (Colombia), donde desarrolla actividades en el pregrado de Periodismo y Opinión Pública y en la maestría en Periodismo de la Escuela de Ciencias Humanas de la institución. Es miembro de la RAIC – Red Académica de Investigadores de Comunicación, de la Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e miembro-fundador de la Red INAV – Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales. E-mail: denis@ojosenelmundo.com