

Regeneración urbana desde una perspectiva transmedia

Autores

Mayra Guaycha Carrión¹

Sarita Ruiz Loaiza²

Luis Sotomayor Torres³

Fabián Carrión Rivera⁴

Universidad Técnica Particular de Loja

Resumen

Este artículo muestra el proceso de elaboración de una narrativa transmedia basada en el proyecto de Regeneración Urbana, que se ejecuta en la ciudad de Loja-Ecuador. En la construcción de contenidos de la plataforma WEB se utilizaron varias herramientas digitales: Wix, SoundCloud, Juxtapose, Timeline, Dropbox, Infogram, Flickr, Adobe Premiere, Adobe Audition, entre otros. Estas herramientas permitieron tratar la información de manera más dinámica e interactiva, además de los componentes de innovación para contar una misma historia desde diferentes ópticas. También se hizo el tratamiento respectivo de la información a través de las redes sociales: YouTube, Facebook y Twitter. De esta forma el equipo investigador procura abarcar todas las perspectivas e información en torno al Proyecto Regenerar.

Palabras clave: Narrativa transmedia, convergencia, herramientas digitales.

Abstract

This article shows the process of elaboration of a transmedia narrative based on the Urban Regeneration project, which is executed in the city of Loja-Ecuador. In the construction of contents of the WEB platform several digital tools were used: Wix, SoundCloud, Juxtapose, Timeline, Dropbox, Infogram, Flickr, Adobe Premiere, Adobe Audition, among others. These tools allowed to treat the information in a more dynamic and interactive way, in addition to the innovation components to tell the same story from different perspectives. The respective treatment of the information was also done through social networks: YouTube, Facebook and Twitter. In this way, the research team seeks to cover all perspectives and information about the Regenerate Project.

Keywords: Transmedia narrative, convergence, time line, wix.

1. Introducción

La llegada de Internet ha cambiado la vida de las sociedades. Hacer memoria significa volver al pasado: la imprenta de Johann Gutenberg (1399-1468) tiene trascendencia, no debiendo olvidar otros inventos como el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión, el cine. Internet vino para quedarse, se ha convertido en el instrumento que revolucionó las comunicaciones, es el espacio donde las personas aprenden, se informan, comparten sus experiencias, interactúan, comentan, opinan, denuncian. “Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente” (Castells, 2001, p. 1).

La red de redes como la denominan algunos autores es parte activa de la humanidad, sin olvidar que cierto sector de la población mundial desconoce lo qué es el Internet generando una brecha y analfabetismo digital.

A pesar de ello el avance no se detiene, se experimenta cada vez nuevas y modernas herramientas para transmitir contenidos, lo que Islas (2012) describe:

(...) la evolución de Internet ha impuesto profundas transformaciones en la ecología cultural de las sociedades contemporáneas, modificando, incluso, no pocos de los fundamentos teóricos que ayer creíamos nos permitían comprender la dinámica del proceso comunicativo, el cual se ha vuelto más complejo. Hoy quizá todavía no seamos conscientes de cuan profundos sean los cambios que se desprenden del desarrollo de Internet y las comunicaciones digitales (p.48).

¹ Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, estudiante de la Maestría en Comunicación, Mención en Investigación y Cultura Digital. mavleonard7@gmail.com

² Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, estudiante de la Maestría en Comunicación, Mención en Investigación y Cultura Digital. sarukecuador@gmail.com

³ Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, estudiante de la Maestría en Comunicación, Mención en Investigación y Cultura Digital lastlifestyle@msn.com

⁴ Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, estudiante de la Maestría en Comunicación, Mención en Investigación y Cultura Digital fabiab190m@gmail.com

Siguiendo la línea de la era de la información en la Red, los productos presentados a través de las páginas Web tienen mayor o menor trascendencia, de acuerdo a los elementos que estos combinen. Surge la narrativa transmedia que busca varias características en un mismo elemento para hacer un contenido que se viraliza a gran escala. Jenkins (2013) sostiene: “El mensaje que queremos transmitir es simple: si no se propaga, está muerto” (p.23).

La Regeneración Urbana en Loja puede desarrollarse desde una perspectiva transmedia, acumulando sus elementos y aplicando la convergencia que define Jenkins. La obra es un proyecto transcendental que se encuentra en plena ejecución, teniendo un avance de aproximadamente el 75%.

2. Metodología

En la elaboración de la narrativa transmedia de Regenerar se realizó un acercamiento metodológico basado en una determinante cualitativa. Para la composición de contenidos se recabó datos a través de la observación directa, entrevistas semiestructuradas. A más de ello el empleo de las herramientas digitales Wix, soundcloud, juxtapose, timeline, drogbox, adobe premiere y adobe audition.

2.1. Herramientas digitales

Para la construcción del sitio web se usaron las siguientes herramientas:

Wix, según su página Web, es una plataforma para la creación de sitios web gratis, tomando en consideración sus funciones básicas: editor sencillo e intuitivo, hosting gratuito y confiable o libre de riesgos, uso de apps y servicios online, compatibilidad para dispositivos móviles, nombre de dominio personalizado y sitios web de una sola página.

SoundCloud, de acuerdo su página Web, es un sitio para compartir audio en línea entre usuarios y con otras páginas.

Juxtapose, herramienta en línea que permite realizar una presentación comparativa de dos imágenes que se archivan a través de Dropbox.

Dropbox, es una herramienta web para archivo y edición de contenidos de manera colaborativa o individual.

Timeline, esta útil herramienta permite crear una línea de tiempo con acontecimientos cronológicos y los presenta de manera didáctica y creativa.

Flickr, es un sistema web para administración de archivos fotográficos el mismo que de una manera dinámica permite organizar y distribuir los contenidos de manera fácil e intuitiva, además, es una herramienta ligada a los sitios creados a través de la plataforma Wix.

Infogram, es una aplicación web que permite crear infografías valiéndose de archivos de Excel modificables de acuerdo a estudios estadísticos y cuantitativos, por ejemplo encuestas.

3. Marco referencial

3.1. Narrativa transmedia

En la era de Internet y las comunicaciones a gran escala las narrativas audiovisuales son las principales formas de interactuar a través de la Red de redes.

Empezaremos definiendo lo que es una narración, algo un tanto complicado de hacerlo, dado que varios autores hacen referencia al término, pero tomaremos lo que dice Sánchez (2006): “una forma específica de modo literario, que se distingue del modo dramático y el modo lírico; también se entiende como una forma de escritura, definida por oposición a la descripción” (p.13).

Hay una cierta aproximación en este concepto, sin embargo, para este estudio todavía queda muy escueto, por lo que narración también se entiende como “proceso y resultado de la enunciación narrativa, es decir, como una manera de organización de un texto narrativo” (Sánchez, 2006: 13)

Con el concepto más definido de lo qué es narración, puntualizaremos el término audiovisual, que según el diccionario de la Real Academia Española, RAE, dice: “Que se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.” (RAE, 2017)

Es así que, uniendo los dos conceptos, la narrativa audiovisual es una manera organizada de enunciación narrativa, utilizando audio y vídeo a la vez al momento de su presentación.

La narrativa audiovisual está presente cada vez más en todos los ámbitos de nuestras vidas, ya que lo que observamos tiende a ser más llamativo e interesante, que con un simple texto o imágenes aisladas.

Una vez analizado esto, podemos seguir con otra esfera importante dentro del análisis, que vendría a ser el concepto de convergencia cultural y tecnológica de Henry Jenkins, que se ven directamente relacionados según nuestro estudio, con el ecosistema mediático contemporáneo.

Henry Jenkins definía a la convergencia cultural como “cambio en la lógica con la que opera la cultura, enfatizando el flujo de contenidos a través de los canales mediáticos” (Jenkins, 2008, pág. 22); es decir, que todos los contenidos fluyen mediáticamente en la redes sociales y dispositivos tecnológicos, que son el canal mediático propiamente dicho.

El otro concepto primordial de Jenkins es la convergencia tecnológica, que escrita textualmente dice: “La combinación de funciones en un mismo dispositivo tecnológico” (Jenkins, 2008: 227); contextualizando la concepción antes citada en este análisis, representa la manera en que actualmente se nos promocionan las narrativas audiovisuales. Todos o la mayoría de teléfonos inteligentes, laptops, tablets, traen previamente instaladas las redes sociales como aplicaciones listas para utilizar una vez registrados, y es por estos medios donde se nos comparte y observamos las narrativas audiovisuales.

Conceptualización

El objetivo del trabajo en la plataforma es que se propague a más consumidores a través de medios como Youtube, Facebook, Twitter y otros. Consiguiendo que el tema que tratamos se viralice y llegue a mayor número de usuarios, corroborando el principio trasmediático previamente analizado.

3.2. Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

Es importante definir lo que son las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), ya que estamos inmersos y es parte de lo que domina en la actualidad en cuanto a contenidos, y más aun con la parte de redes sociales, que tienen su auge a partir de las mismas.

Actualmente las TIC son un término acuñado constantemente, por lo que existen una variedad de conceptualizaciones respecto al tema; sin embargo, para efectos del presente artículo, se toma lo que Adell (1997) comenta en este sentido:

Las tecnologías de la información y la comunicación han desempeñado un papel fundamental en la configuración de nuestra sociedad y nuestra cultura. Pensemos en lo que han significado para historia de la humanidad la escritura, la imprenta, el teléfono, la radio, el cine o la TV. Desde nuestros antepasados cazadores- recolectores que pintaban figuras en las paredes de sus cuevas y abrigo hasta nuestros días, la tecnología ha transformado al ser humano, y lo ha hecho para bien y para mal. Las tecnologías ya asentadas a lo largo del tiempo, las que utilizamos habitualmente o desde la infancia, están tan perfectamente integradas en nuestras vidas, como una segunda naturaleza, que se han vuelto invisibles. Las utilizamos hasta tal punto que no somos conscientes de cómo han contribuido a cambiar las cosas. Sólo percibimos la tecnología cuando falla o temporalmente desaparece: una huelga de transporte público sume a toda una ciudad en el caos; un corte de suministro eléctrico lo trastoca todo: ni siquiera suenan nuestros despertadores. La tecnología, pues, solo se percibe si es suficientemente "nueva". Y las novedades y los cambios generan incertidumbres, alteran el 'status quo' y ponen en peligro intereses creados (p. 357).

Asimismo, una definición más pragmática y sencilla, la maneja Cabero, que dice: “... las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no solo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”. (Cabero, 1998: 198)

Como señala Cabero, la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones, son los principales medios dentro del concepto que engloba las TICs.

Por lo antes expuesto las TIC son de vital importancia para nuestro estudio, específicamente en la parte de implementación de estas, ya que como se infiere de acuerdo a los autores, las herramientas que se mencionan son trascendentales para la supervivencia de los medios en la parte digital.

3.3. Convergencia

La convergencia es una palabra que, según la Real Academia Española (RAE), es el efecto y acción de converger, donde converger vendría a ser la confluencia de dos puntos en uno solo; por lo que se puede deducir que, en nuestro tema de estudio, hay varios puntos de convergencia acorde con Jenkins, que maneja los conceptos como tal.

Convergencia: Palabra que describe los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en la circulación de los medios en

nuestra cultura. Entre las ideas comunes a las que se refiere el término figuran el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas, la búsqueda de nuevas estructuras de financiación mediática que caen en los intersticios entre los viejos y los nuevos medios, y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, que irán casi a cualquier parte en busca del tipo de experiencias de entretenimiento que desean. En términos tal vez más generales, la convergencia mediática designa una situación en la que coexisten múltiples sistemas mediáticos y en la que los contenidos mediáticos discurren con fluidez a través de ellos. La convergencia se entiende aquí como un proceso o una serie de intersecciones entre diferentes sistemas mediáticos, no como una relación fija (Jenkins, 2008: 276)

La convergencia popular es otra palabra clave que se define de la siguiente manera: “Convergencia popular: El flujo informal y a veces no autorizado de contenidos mediáticos cuando a los consumidores les resulta fácil archivar, comentar, apropiarse de y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos.” (Jenkins, 2008: 276). Al igual que la convergencia orgánica “Convergencia orgánica: Un término industrial para los tipos de conexiones mentales que establecen los consumidores entre informaciones extraídas de múltiples plataformas mediáticas.” (Jenkins, 2008: 276). En este concepto fundamental dentro de nuestro ámbito de investigación, Henry Jenkins, la define desde varias aristas como son: Convergencia cultural y tecnológica.

“Convergencia cultural: Cambio en la lógica con la que opera la cultura, enfatizando el flujo de contenidos a través de los canales mediáticos.” (Jenkins, 2008: 276). La cultura juega un papel importante dentro de la convergencia como tal, en este caso los medios convergen junto con la cultura.

El otro concepto primordial de Jenkins es la convergencia tecnológica, que escrita textualmente dice: “La combinación de funciones en un mismo dispositivo tecnológico” (Jenkins, 2008: 227).

Tecnología como hemos visto en las definiciones anteriores es un todo, dentro de las TIC, se ha evidenciado que hoy en día nada fluye sin este término; relacionando con la convergencia queda, según el mismo autor: “Convergencia tecnológica: La combinación de funciones en un mismo dispositivo tecnológico.” (Jenkins, 2008: 277)

También dentro de este contexto la cultura de masas hace presencia, que textualmente se define: “Un sistema en el cual los bienes culturales se producen y se distribuyen masivamente.” (Jenkins, 2008: 278)

Conceptualización:

La convergencia en el trabajo investigativo está presente en la utilización de las herramientas digitales: Wix, soundcloud, juxtapose, timeline, drogbox, adobe premiere, adobe audition. Su aplicación se vislumbra en audios, videos, fotograffas, mismas que convergen en la plataforma Wix.

Asimismo, las TIC y las redes sociales se unen para dar paso a la construcción del producto digital que se presenta en la página web creada con Wix.

3.4. Redes Sociales

Para definir lo que es una red social, basaremos el concepto en Julio Leonidas Aguirre, que sostiene lo siguiente:

En términos teóricos, las redes configuran contextos de comunicación e intercambio entre actores, configuran pautas operativas, normas y valores que condicionan la conducta de los actores en ellas, y posiciones funcionalmente diferenciables que son clave para entender el comportamiento de los actores dentro de cada red y el desempeño de la red en su conjunto. Los patrones de comportamiento e interacción dentro de las redes guardan una estrecha (pero no evidente) relación lógica con el sistema de relaciones que las configuran y con las posiciones funcionales diferenciables a su interior. La posición de los actores dentro de la red constriñe su comportamiento, su capacidad y horizonte de acción, y su acceso e influencia sobre los recursos e información que se distribuye dentro de cada red. (Aguirre, 2011: 15)

Según Aguirre (2011), siempre han existido redes sociales desde los inicios mismos de la historia del hombre, configuradas de acuerdo a los miembros de la comunidad. Contextualizando, el Internet ha facilitado la interacción de muchos miembros, eliminando la barrera de las distancias, que limitaba en la antigüedad la expansión de las redes; la interactividad que se maneja actualmente es limitada solo por el sitio mismo de interacción, para los miembros de una red social determinada.

Uno de los retos para los medios de comunicación post-modernos tanto públicos, privados y comunitarios tienen el reto de adaptarse a las nuevas tecnologías y entornos colaborativos de la Internet (Web 2.0), teniendo en cuenta la proliferación de redes sociales y el impacto que ha tenido en la sociedad. Este ambiente ha permitido un sin número de vías y alternativas de comunicación como: Facebook, Twitter, YouTube y otros medios virtuales. Estos sitios son el acceso directo a internet y los entornos de comunicación directa entre usuarios.

La convergencia de los medios tradicionales ha hecho que las personas migren también a una cultura digital. (Lozano, 2009).

Ha resultado todo un éxito la utilización de las redes sociales, esto se debe a que es instrumento que enlaza el uso del Internet con la comunicación, ha evolucionado la forma de comunicarse rompiendo barreras físicas y conduciendo a un mayor desarrollo e incremento de este medio. Las redes sociales marcan un nuevo entorno y un nuevo soporte comunicativo con los ciudadanos y las organizaciones en un modelo de comunicación multidireccional (todos con todos), pero con el compromiso de interactuar, es decir, de ser un usuario proactivo en las comunidades virtuales en las que uno decida libremente estar (Tuñez López, 2012, pág. 223).

Las redes sociales han cambiado eficazmente la forma en que los medios interactúan con los usuarios, “Los medios de comunicación necesitan promover sus estrategias relacionales para estar en las redes sociales procurando que el flujo de seguidores no sea un trasvase de la web a la red social sino más bien al contrario” (Ibid, pág. 224). Los medios usan las redes como nuevas audiencias para sus contenidos. Esto define la presencia de los diarios en las redes sociales presentando sus contenidos, la participación e interactividad de los usuarios permitiendo una comunicación de doble vía.

Las redes sociales han permitido abrir un nuevo espacio comunicativo, derivado del uso de Internet. “A diferencia de lo que ocurría con los viejos soportes físicos, las redes sociales en línea nos permiten conocer y eventualmente acceder a los contactos de nuestros amigos, así como descubrir a las personas con intereses, objetivos o gustos afines” (Orihuela, 2008).

4. Conclusiones

En la elaboración de la narrativa transmedia de Regenerar se empleó distintas herramientas digitales, cada una con diferente experiencia, para contar una historia en base a la ejecución de la obra.

La producción de la narrativa transmedia de Regenerar es fruto de la convergencia, ya que inevitablemente los contenidos se difunden mediante varios canales.

Las propiedades de la transmedia radican en la narración de las historias independientes contadas en los diferentes medios utilizados.

El empleo de las redes sociales es muy importante, usadas en la presente producción de transmedia, para compartir sus contenidos.

Las redes sociales son la base de otros sistemas web puesto que muchas aplicaciones están destinadas a enriquecer la experiencia del usuario, mediante múltiples formatos y aplicaciones.

5. Referencias

- Aguirre, J. (2011). Documento de trabajo de CIEPP. Obtenido de <https://goo.gl/sxqEqB> [Consultado, diciembre 2017]
- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad. Obtenido de Revista Electrónica de Tecnología Educativa, nro. 7. Disponible en http://nti.uji.es/docs/nti/Jordi_Adell_EDUTECH.html [Consultado, diciembre 2017]
- Castells, M. (2001). *Internet y la sociedad red. La factoría*, 14, 15 Disponible en <https://goo.gl/4zsmHB> (Consulta diciembre 2017).
- CABERO, J. (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información. Granada: Grupo Editorial Universitario.
- Islas, O. (2010). Internet 2.0: *El territorio digital de los prosumidores. Revista Estudios Culturales*, 3(5), 43-63.
- Jenkins, Ford, Green (2013), *Cultura Transmedia*. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Barcelona. Gedisa.
- Jenkins, H (2008), *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Real Academia Española. (2017). Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Sánchez, J. (2006). *Narrativa Audiovisual*, Barcelona, Uoc.
- LOZANO, J. (2009). Redes Sociales, una nueva forma de comunicación. Obtenido de Cuadernos de Comunicación e Innovación (TELOS): <https://goo.gl/nRbf5i> [Consultado, julio 2017]
- Orihuela, J. L. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales. Nueva revista*, 119, 57-62. Disponible en <https://goo.gl/YhkxjS> (Consulta diciembre 2017)

TUÑEZ LÓPEZ, M. (2012). Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense