

NARRATIVA TRASMEDIA Y MAPAS INTERACTIVOS: PERIODISMO CONTEMPORÁNEO

Luciana Renó¹

Denis Renó²

Resumen

Los nuevos medios no son suficientes para atender a las expectativas de los ciudadanos contemporáneos. Es necesario cambiar los lenguajes y las herramientas para la construcción de procesos comunicacionales que proporcionen participación en un proceso lúdico. En este sentido, el periodismo transmedia puede ser una solución en el campo del lenguaje y los mapas interactivos pueden actuar como herramientas comunicacionales. Este artículo presenta un estudio bibliográfico y de carácter reflexivo de la mezcla de mapas interactivos y narrativa transmedia para la construcción de contenidos contemporáneos, direccionado a la nueva ecología de los medios. Se espera que el estudio pueda servir como parámetro para investigaciones teóricas y aplicadas y sirva como aporte a los medios que se interesan por una efectiva revisión de actividades y métodos, tomadas de decisiones conscientes de las posibilidades existentes.

Palabras clave

Periodismo, Periodismo Transmedia, Narrativa Transmedia, Mapas Interactivos, Periodismo de Datos.

Introducción

Los procesos comunicacionales han cambiado de manera expresiva desde la llegada del Internet, y estos cambios ganaron aun más velocidad con la web 2.0, que tiene como marca principal la participación. Este nuevo escenario de participación cambió el estatus del ciudadano, antes denominado receptor y ahora consumidor de información que al mismo tiempo es productor (Levinson, 2012), prosumidor (Toffler, 1985) o mismo coautor de procesos interactivos (Renó, 2011).

Esos cambios existen en los procesos mediáticos en general, es decir, ha cambiado no solamente la tecnología, también la ecología de los medios, y de los mediados. A partir de esa realidad, un contenido cuando está en red deja de ser estático. Aunque para los lingüistas un mensaje está siempre en procesos de transformaciones a partir del análisis y de la interpretación, no hay un ritmo cadenciado y viral en eso, mientras con el advenimiento de la web 2.0, la participación es dinámica y las transformaciones son efectivas y constantes. Mientras el contenido comunicacional está en línea, hay procesos de transformaciones. A cada comentario hecho en un contenido, sea informativo, de entretenimiento, sea un texto o un mensaje en una red social, por cada clic comentado el contenido se transforma, pues agrega otra opinión, otro punto de y otra mirada.

Esta realidad ha sido la responsable de generar cambios expresivos en la manera de hacer periodismo, desde los procesos y los lenguajes, a las tecnologías creadas para atender a las necesidades impuestas por los usuarios a los medios. Y a cada momento se descubre una necesidad de reinventar el periodismo por cuenta de su existencia. Con los medios participativos los ciudadanos ganaron autonomía que obliga al periodismo a una reinención o a su desaparición. De acuerdo con Paul Levinson (2012), los ciudadanos ahora no se contentan a mirar los contenidos. Ellos son dueños de un poder mediático capaz de cambiar estructuras políticas hasta ahí sólidas e “inmutables”, y cada día hay una prueba de esto. Como ejemplo Levinson presenta la Primavera Árabe.

Lo mismo podemos sentir en los procesos interactivos. Por el advenio de la participación, los medios están a cada momento desarrollando sensaciones de entretenimiento en los usuarios. Eso no significa que la noticia sea un espectáculo, aunque algunos teóricos defienden eso, como el periodista y académico brasileño José Arbex (2001) con la definición de “showrnalismo”, que sería una mezcla de show con “jornalismo”, o periodismo en portugués.

No, la transformación de los procesos mediáticos cada día más en procesos de entretenimiento es solamente en el ámbito cognitivo, es decir, el usuario cada día se entretiene más con la navegabilidad y la reconstrucción de sus caminos de lectura (Renó, 2011). Con eso, herramientas antiguas ganaron nuevos conceptos y, a partir de las tecnologías digitales (creadas para atender a las necesidades humanas, como apuntó Carlos Scolari en conversación informal) pasaron a ser adoptadas por los medios, especialmente por el periodismo. Entre esas herramientas ganan popularidad - los mapas interactivos, antiguos en su utilización como apoyo a la noticia, pero ahora con la posibilidad de navegabilidad y además, por algunos ambientes, también por la retroalimentación realizada por los consumidores que producen, como defiende Levinson.

Para complementar esa realidad, hay cambios progresivos de lenguaje tradicional para el lenguaje transmedia en la producción de contenidos informativos (Renó & Flores, Periodismo transmedia, 2012) donde la circulación de contenidos periodísticos es proporcionada por los prosumidores y a cada momento la adopción de dispositivos móviles es más frecuente.

Este artículo presenta resultados de una investigación bibliográfica sobre periodismo transmedia y mapas interactivos. El estudio hace parte de la investigación de doctorado de la autora y del estudio de postdoctorado del coautor y tiene como objetivo la construcción de conocimiento y la promoción de reflexiones futuras sobre estos temas.

Ecología de los nuevos nuevos medios

Ecología de los medios fue un término creado por Marshall McLuhan y sus compañeros de ideología en una corriente existente especialmente en el eje Toronto-Nueva York. El grupo tenía como observación la sociedad y los medios de comunicación, especialmente la convivencia entre ellos. Para estos académicos, aunque el tema fuera demasiado amplio (pues para McLuhan hasta mismo la luz era un medio de comunicación, y de alguna manera no está totalmente equivocado si consideramos que el cine existe también por la luz, así como la fotografía), el interés era conocer los cambios de comportamiento de la sociedad a partir del desarrollo mediático. Actualmente, uno de los discípulos de Marshall McLuhan propone una revisión de la idea de nuevos medios. Paul Levinson (2012) propone que a partir de la web 2.0 la sociedad pasó a convivir con nuevos procesos mediáticos, pero tan nuevos que deben ser denominados *new new media*, o nuevos nuevos medios. Estos medios son los que proporcionan al ciudadano común construir sus espacios personales (blogs), crear redes de amigos en línea (redes sociales), definir sus galerías personales de fotos (Instagram), producir mensajes instantáneos (Twitter) o “construir” sus canales audiovisuales a partir de programaciones propias o seleccionadas a partir de sus gustos (YouTube). Además de eso, estos espacios proporcionan la retroalimentación a partir de comentarios que vitalizan el mensaje, mientras tenga circulación y retroalimentación.

Levinson propone, a partir del concepto que los escenarios “*new new media*’ ofrecen a sus usuarios el mismo control sobre cuando y donde obtener contenido de texto, sonido y audiovisual, como previstos por los nuevos medios” (Levinson, 2012, pág. 5). Esa realidad está presente en los medios actuales. Más que eso: ahora en la nueva nueva ecología de los medios conceptos tradicionalmente conocidos por la sociedad, como amistad, presencia, realidad, pasaron a convivir con cambios importantes. Ahora hay como tener una amistad virtual. Como el autor apunta, en su Facebook existen 5 mil “amigos”, pero del total aproximadamente 250 son amigos dentro del concepto tradicional, aunque los otros 4.750 amigos sean considerados amigos por él. Los cambios están presentes también en la idea de presencia, pues una reunión por Skype o una clase virtual es considerada por educadores y profesionales como momentos presenciales, aunque sea en línea y con una división de

interfaz existente entre las dos extremidades. Por fin, Marc Augé (2007) apunta también para lo que es real. Para tanto, propone la existencia del real-virtual en los ambientes que denominamos en este texto como nueva nueva ecología de los medios.

Narrativa transmedia: conceptos y propuestas

Aunque está en moda y cada día un creciente número de personas adoptan el concepto transmedia en sus objetivos comunicacionales, ese tipo de narrativa no es nuevo. En verdad, es más antiguo que el Internet y que diversos ambientes y tecnologías existentes actualmente, aunque esté viviendo su momento en la academia y en el mercado de producción de contenidos mediáticos, especialmente en el campo del entretenimiento.

Narrativa transmedia tiene sus orígenes en una propuesta innovadora de un músico y académico estadounidense. En 1975, el profesor Stuart Saunders Smith (Renó & Flores, Periodismo transmedia, 2012) creó una composición musical que bautizó de *trans-media music*. El experimento consistía en mezclar en una única composición musical distintas composiciones musicales producidas por diferentes instrumentos en una variedad de estilos. Cada música en separado tenía su valor cognitivo y en conjunto constituía otra composición. Aunque parecía una locura a los oídos convencionales, para los músicos la composición final tenía significado.

Poco más de una década después, la investigadora Marsha Kinder (1991) creó algo a partir del concepto de Smith mezclado con la idea de polifonía, propuesta por los lingüistas. Kinder propuso la mezcla, denominada intertextualidad transmedia, para optimizar la construcción de contenidos en guiones de cinema. Kinder acredita que, a partir de una mezcla de “textos” que dialogan entre si, es posible aprovechar el tiempo cinematográfico para ofrecer distintos mensajes.

En la primera década del siglo XXI, Henry Jenkins fue conocido por sus textos que apuntaban para lo que sería denominado por ello y aceptado por la academia como *transmedia storytelling*, o narrativa transmedia, con estudios desarrollados básicamente en

el campo del contenido mediático de entretenimiento. Pero faltaba una definición clara sobre el término, aún más aplicado en el periodismo. Fue cuando Denis Renó y Jesús Flores publicaron, a partir del estudio de postdoctorado desarrollado por el primer autor y complementado con desarrollo de laboratorios de media digital por el segundo, el libro *Periodismo Transmedia*, que tiene como propuesta clarificar y definir métodos para la producción de contenidos periodísticos a partir del lenguaje transmedia.

Narrativa transmedia, aunque sea definido por algunos profesionales mediáticos como una estrategia, es más que eso. Narrativa transmedia es un lenguaje contemporáneos que atiende a las expectativas de la sociedad líquida (Bauman, 2001) y propone caminos de construcción narrativa que ofrecen a esa sociedad la participación, la interactividad y la retroalimentación. Ofrece a ellos la posibilidad de asumir, aunque como consumidores de mensajes, la producción de nuevos mensajes.

Aun sobre lenguaje transmedia, es fundamental adoptar algunos criterios, no solamente de construcción de mensaje, sino también la utilización de dispositivos que hacen que la transmedialidad sea amplia y de acuerdo con la filosofía presentada. Uno de ellos es la adopción de interfaces visualmente desarrolladas (Renó & Renó, *Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia*, 2012) y al mismo tiempo semio-cognitivas (Scolari, 2004). Además de eso, es fundamental tener en cuenta la movilidad como posibilidad de producción y consumo de contenidos.

Por esa razón, son bienvenidos los teléfonos celulares y tabletas en esos procesos, por parte de los productores de contenido y por parte de los usuarios. Mapas interactivos pasan a tener una importancia fundamental en la construcción de contenidos informativos, pues ofrece al consumidor/productor la posibilidad no solamente de absorber la información, como también de interactuar con ella, de navegar por ella, y en algunos casos de insertar contenidos nuevos a partir de lo ofrecido, adoptando en esos casos la idea de contenidos Wiki, o colaborativos (Renó & Flores, *Periodismo transmedia*, 2012). Estos parámetros transforman la idea de Levinson en algo viable y real de que los ciudadanos son consumidores que producen contenidos en esa nueva ecología de los medios.

La idea de Renó y Flores (2012) es que un reportaje periodístico debe ofrecer contenidos distintos, independientes y navegables entre sí para que, al final de una navegación, pueda ofrecer un nuevo contenido, amplio, como la propuesta de Saunders Smith. Mientras tanto, debe ser producida a partir de una actividad móvil, portátil.

Con estos cambios, la sociedad contemporánea exige nuevos procesos de lenguaje comunicacional y, en consecuencia de eso, nuevas herramientas. Por esa razón, un lenguaje transmedia y la adopción de manera cada vez más frecuente de mapas interactivos en las noticias para nuevos nuevos medios, son características fundamentales para la manutención del periodismo y de otros procesos comunicacionales.

Visualización sobre mapas interactivos

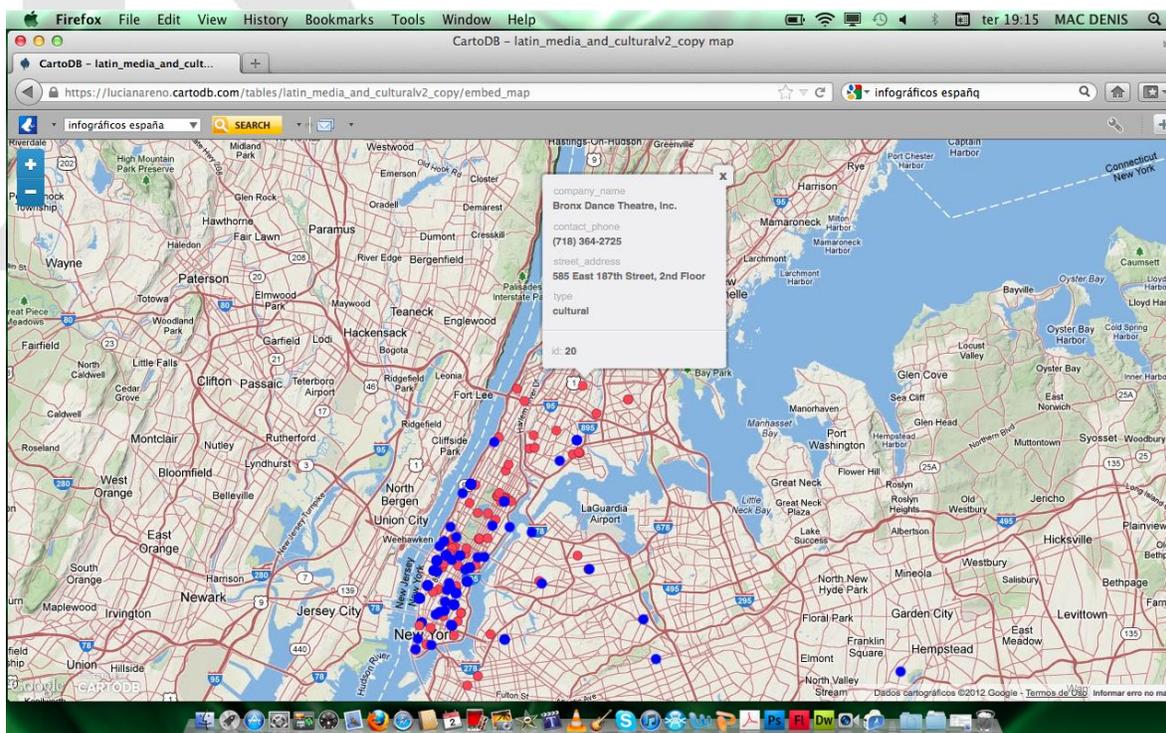
Los mapas interactivos son utilizados como representación de un territorio de forma simplificada, es decir más sencilla de comprender, con una función informativa. En ellos hay datos físicos, abstractos y una capa de anotación, por ejemplo un mapa político contiene los accidentes geográficos (datos físicos) y las fronteras (abstractos). En la capa de anotación hay informaciones sobre los puntos que se están destacando con datos claros y concisos. Son utilizados normalmente acompañados de otras plataformas, como texto, fotos, infográficos, etc., para que la información que se desea pasar sea más completa.

Según un video presentado por el periodista español Carlos Martínez de la Serna durante el Diplomado sobre elaboración de mapas interactivos³ los elementos visuales e iconográficos, el uso de la tipografía y el color deben facilitar la identificación y jerarquía de los datos. Hay que procurar al lector un mapa claro y legible.

Edward Tufte (1990) dice, ironizando a Paul Klee, que la vinculación de color a la información es tan elemental y simple como la técnica del color en el arte, es decir, para pintar bienes simplemente esto: poner el color correcto en el lugar correcto. Y más, que los beneficios muchas veces pocos derivados de los datos coloreados indican que incluso poner

un buen color en un buen lugar es un asunto complejo. De hecho, es tan difícil y sutil que evitar la catástrofe se convierte en el primer principio en traer color a la información: Por encima de todo, no hacer daño.

Figura 1 – Mapa interactivo sobre medios y centros culturales latinoamericanos en Nueva York⁴



El mapa arriba por ejemplo, muestra los medios y centros culturales latinoamericanos en la ciudad de Nueva York. Los puntos azules indican los medios existentes, cuando se clica sobre estos puntos aparece la información de que media es (su nombre), donde está ubicada y su teléfono de contacto. Ya los puntos rojos muestran los puntos culturales latino americanos de la ciudad, también con informaciones como su nombre, dirección y teléfono de contacto.

La cartografía periodística tiene como función contar una historia a través de un mapa, facilitar al lector la localización de un asunto, o sea, identificar un evento, principalmente cuando se trata de lugares no muy conocidos y lejos de las principales ciudades.

Hay una necesidad intrínseca en los mapas de transferir las informaciones de manera efectiva para que el lector pueda interpretar la información de forma correcta. Con la gran cantidad de informaciones geográfica en formato digital es posible elaborar un mapa interactivo donde los lectores puedan profundizar la información y en los datos geográficos. También se utiliza de manera frecuente mapas interactivos como auxilio para informaciones geo-referenciadas, que son noticias con una posibilidad de navegación y visualización que aún no es muy explorado por los medios de comunicación.

Hoy ya tenemos, además de mapas que ayudan en la información del reportaje, la posibilidad de añadir información en los mapas, es decir, de saber datos distintos de los ya existentes en el mapa puedes enviarlos para que sean aportados en ello. O sea, hay interactividad del lector con el mapa, pasando a existir en esto ejemplo un real estatus de prosumidor (Toffler, 1985), además de asumir en este caso una de las importantes características de la narrativa transmedia.

La interactividad en los mapas también ocurre con la navegabilidad dentro de ellos, interactuando con los ítems para informar sobre los datos que están allá. Haciendo clic en estos ítems se obtiene informaciones de los puntos destacados. Otra forma de interactividad con los mapas es la posibilidad de inserción de datos en los mapas abiertos para que se pueda añadir informaciones. De esta manera se torna un colaborador no solamente un lector.

Los mapas interactivos en la comunicación contemporánea ofrecen una forma de lectura de noticias que se aproximan a una actividad lúdica, pues asume un papel no solamente de información como de diversión también, case como un juego. Así torna el proceso de absorción de la información más eficaz.

Los mapas no pueden más ser ignorados en la prensa, mucho menos su lenguaje, pues así su uso adecuado permite el desarrollo de mapas que apoyan y funcionan como herramientas para comunicación visual. Este lenguaje bien definido permite la utilización de mapas, que llamamos analíticos, donde el primer punto en su desarrollo es definir que análisis será

realizada sobre los datos, pues un mapa periodístico adecuado fornece informaciones relevantes.

Conclusiones

A partir de los estudios desarrollados en este artículo queda claro que tenemos un problema a ser solucionado para que los procesos mediáticos puedan atender a las expectativas de los ciudadanos contemporáneos, que fueron detectados por algunos teóricos como razón para preocupaciones. Pero queda claro también que hay solución para estos problemas si tenemos en cuenta algunas de sus necesidades y modelos de comunicación que aunque parezca contemporáneas, tienen sus orígenes en tiempos pasados.

Entre las posibilidades de lenguaje encontramos la narrativa transmedia, que consiste en transformar el viejo periodismo en algo nuevo o remodelado. Además, están en estos procedimientos cambios de procesos y de conceptos por parte de los periodistas, que necesariamente deben actualizarse (Renó & Flores, Periodismo transmedia, 2012) para un nuevo escenario comunicacional. En estos cambios están, inclusive, trabajos compartidos y redacciones interdisciplinarias, con profesionales provenientes de distintas formaciones académicas y experiencias de vida.

No podemos considerar que en una redacción contemporánea existan solamente periodistas de formación. Es necesario tener entre ellos, por ejemplo, ingenieros de computación capaces de pensar en algoritmos y de manosear software para la construcción de contenidos interactivos. Entre ellos están los mapas interactivos, que proporcionan a los ciudadanos contemporáneos la participación a partir de navegación y de retroalimentación. Por tanto es importante traer a la redacción el concepto de construcción de contenidos periodísticos transmedia a partir de la polifonía propuesta por el lingüista Mikhail Bakhtin y aprovechada por la estadounidense Marsha Kinder, contradiciendo la desaparecida guerra fría, donde rusos y estadounidenses no se mezclaban.

Es el momento de crear redacciones que tengan como preocupación la producción de contenidos que ofrezcan a los usuarios la sensación de entretenimiento. No el entretenimiento proporcionado por el periodismo de baja o ninguna calidad, como apunta Arbex, pero un periodismo serio que ofrezca contenidos navegables y donde los ciudadanos puedan hacer lo mejor que saben actualmente en los nuevos medios: consumir y producir.

Bibliografía

Arbex Jr., J. (2001). *Showrnlismo – a notícia como espetáculo*. Sao Paulo: Casa Amarela.

Augé, M. (2007). *Por una antropología de lamovilidad*. Madrid: Gedisa.

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Sao Paulo: Jorge Zahar Editores.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Sao Paulo: Alephe.

Levinson, P. (2012). *New new media*. Boston: Pearson Higher Education.

Renó, D. (2011). *Cinema interativo e linguagensaudiovisuaisinterativas: como produzir*. Tenerife: Editorial ULL.

Renó, D., & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid: Fragua .

Renó, D., & Renó, L. (2012). *Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia*. Covilhã: Editorial UBI.

Solari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Toffler, A. (1980). *The third wave*. Nova Iorque/Toronto: Bantam Books.

Tufte, E. (1990). *Envisioning Information*. Cheshire: GraphicsPress.

¹ Doctoranda en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Docente Universidad Minuto de Dios (Colombia). E-mail: luciana.lorenzi@gmail.com.

² Doctor en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil). Docente asociado del Programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario (Colombia) y profesor visitante de la maestría en Periodismo de la Universidad Estadual de Ponta Grossa (Brasil). E-mail: denis.porto.reno@gmail.com

³ Diplomado ofrecido por Knight Center for Journalism in the Americas en septiembre de 2012.

⁴ Figura retirada del sitio web <http://transmediadatajournalism.wordpress.com/2012/09/20/barack-obama-lidera-campana-de-las-elecciones-en-estados-unidos/>