

Formas de narrar en la era digital:

nuevos formatos de comunicación para leer entornos desde la comunicación y fomentar la participación ciudadana



Foto: Proyecto transmedia *MiPáramo*

Las múltiples formas de narración en la era digital permitieron que investigadores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín crearan una estrategia de comunicación transmediática para el proyecto *MiPáramo*, con el ideal de que los colombianos y los ciudadanos del mundo se den cuenta de la importancia de cuidar los ecosistemas de los páramos.

La era digital avanza a pasos gigantescos y con ello vienen nuevas formas de mirar el mundo y apropiarse de él. Hoy los ciudadanos y creadores de contenidos se enfrentan a un desafío grande que tiene que ver con saber narrar e interpretar de manera diferente lo tradicional.

Los investigadores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, María Cristina Pinto A. e Iván Neftalí Ríos H., precisamente han apuntado a las nuevas maneras de narrar desde el mundo de la comunicación. Para ello crearon una estrategia de comunicación transmedia para el proyecto *MiPáramo*.

MiPáramo es un proyecto que busca conservar el ecosistema del páramo de Santurbán, el cual está ubicado entre los departamentos de Santander y Norte de Santander. Esta iniciativa nace del deseo de varias organizaciones, tales como Bavaria, Corponor, la Embajada de Suiza en Colombia, la Cooperación Alemana, Good Stuff International, entre otras para preservar y restaurar el bosque andino que rodea el páramo mediante la reforestación de árboles para la provisión del agua, la implementación de nuevas formas del quehacer agrícola y la protección de miles de hectáreas, entre otras acciones.

La intervención de los investigadores se realizó concretamente en la estrategia de comunicación transmedial para dar a conocer el proyecto, debido a que dichas organizaciones se plantearon la posibilidad de generar una herramienta comunicativa que ayudara a que los ciudadanos entendieran la importancia de cuidar los páramos.

El mundo de la transmedia

Se ha hablado mucho sobre narrativas transmedia ¿Pero, qué son específicamente? El teórico Henry Jenkins en el 2003 hizo la aparición del concepto de transmedia donde afirma que se ha entrado en una convergencia de medios y los contenidos fluyen en diversos canales (como se cita en Scoliari, 2013)¹.

Las narrativas transmedia son una expansión narrativa que pueden mutar en diversos medios. Una película, por ejemplo, puede resignificarse en una serie web, en un cómic, en un documental, etc. Aunque cada una de estas pertenecen al mismo universo narrativo, cuentan algo diferente.

Las narrativas transmedia tienen un punto de partida: el universo narrativo y general de la historia a partir del cual se traslada a toda posibilidad de inmersión narrativa. El caso de *The Walking Dead* es un claro ejemplo de las múltiples narrativas que puede tener una historia. Su macro relato es la supervivencia contra los zombis, pero se ha representado en cómic, serie de televisión, *app* móvil, serie web y otras formas comunicativas. Todas tienen el universo general del relato, pero cada una brinda mundos y experiencias diferentes en los cuales es posible que existan diversos finales y que se incluya la participación de los usuarios.

En *MiPáramo* la estrategia transmedia está vinculada con un documental web contenido en el host www.miparamo.org, con redes sociales,

encuentros presenciales y contenidos generados por los usuarios. Un documental web se entiende como un relato audiovisual no lineal donde el contenido se encuentra en diversos medios o canales y cada usuario es autónomo de escoger lo que quiere ver en cualquier momento. La comunicación de *MiPáramo* se pensó en clave de interacción con la ciudadanía para que para que se entendiera de forma personalizada la necesidad de cuidar los páramos.

Los investigadores se dieron cuenta de que en Colombia es fundamental hacer la combinación entre lo virtual y lo presencial debido a que en muchas zonas del país hay problemas de acceso al mundo digital y desconocen las nuevas formas de narración, lo que hace que en el país se considere y se reestructure la manera de pensar las estrategias de comunicación.

Comunicación, nuevos formatos e interacción social

La Universidad de Medellín entró a formar parte del proyecto con los investigadores María Cristina Pinto A. e Iván Neftalí Ríos H. de la Facultad de Comunicación, quienes tomaron la iniciativa para la creación de la estrategia de comunicación mencionada basada en un modelo transmediático de comunicación.

Decidieron hacer una narrativa transmedia debido a que en la investigación que realizaron previamente se percataron de que los temas ambientales necesitan ser contados de acuerdo con las nuevas tendencias narrativas que facilita la web 2.0. Se

¹ Scoliari, C. (2013). *Narrativa transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto

llegó a esta conclusión al percibir que los documentales o los formatos de narrativa tradicional ya no están teniendo gran impacto en la ciudadanía, ya que no posibilitan que los públicos se impliquen con un sentido de corresponsabilidad en diversas temáticas.

El planteamiento de las nuevas formas de narrar en la era digital busca que cualquier tema, en específico el ambiental, produzca un cambio en la manera de transmitir el mensaje de cuidar o ser conscientes de los cambios climáticos. La participación, por ejemplo, busca hacerle entender a los ciudadanos que cada uno tiene un sentido de corresponsabilidad con su entorno y que este tema les atañe a todos, pues la vida de todos depende del acceso que tengamos al recurso hídrico.

Las narrativas transmedia generan formas de participación ciudadana innovadoras que hacen que las personas se sientan partícipes de la solución. De esta manera, los entornos interactivos se convierten en espacios de participación dado que son más experimentales, pues tienen la opción de escoger qué quieren ver y en qué momento lo van a consumir. Por esta razón las personas se relacionan más con la temática y sienten que están siendo activos. No solo son espectadores de cada tema, sino que son partícipes.

En la comunicación de *MiPáramo* en relación con la sostenibilidad, los investigadores propiciaron información para que los ciudadanos tuvieran en cuenta que cada uno es corresponsable de los páramos y para que comprendieran, por otro lado, cómo es el ecosistema de un páramo, la importancia de la producción de

agua en el páramo, entre otros temas. Así, cada persona tiene argumentos que son claves para sentirse partícipe y entender que es un tema que pertenece a todos y no solo a una determinada población.

Los investigadores junto con un equipo de diseñadores gráficos, realizadores audiovisuales y asesores temáticos, tales como especialistas en el tema ambiental del agua generaron diversos contenidos que propician la interacción con los ciudadanos a través de tres personajes con temáticas diferentes. El primer personaje es Celeste. Ella es una viajera que lleva a los usuarios a dar un recorrido por el páramo con la temática del agua e invita a las personas a hacer mención en redes sociales con el *hashtag* #CelesteEnMiPáramo. Con Matías, el segundo personaje, se pueden conocer diversas historias de personas que tienen relación con el páramo. Él está comprometido con la participación de los ciudadanos. Con el último personaje, Justino, un agricultor de la zona, se puede aprender la importan-

cia de la montaña que también hace parte del ecosistema.

Los investigadores diseñaron una estrategia de participación donde aquellas personas que querían vincularse con la problemática del páramo, podían contar cuál era su relación con él a través de la construcción de contenidos por medio de fotografías, relatos, videos, anécdotas, textos, etc. Todo esto con el fin de demostrar que su entorno y lo que hacen tiene una relación con el páramo y que a través de acciones concretas podrían hacer algo para protegerlo.

Los investigadores fomentaron la participación y movilización ciudadana a través de esta estrategia de comunicación. Por ello, a partir de la propuesta de marca *MiPáramo* plantearon una estrategia para acercar a los ciudadanos a la temática, hacerles ver y entender que no es un tema lejano, sino que cada uno tiene una relación única y personal con el páramo, donde todos tienen un papel importante con el cuidado del páramo y sus ecosistemas. ○



Foto: Proyecto transmedia *MiPáramo*

Código interno: 900

Proyecto de 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

Investigadores: María Cristina Pinto Arboleda e Iván Neftalí Ríos Hernández

Entidades participantes: Embajada Suiza en Colombia (Cosude), Cooperación Alemana GIZ, Alianza BioCuenca y GSI-LAC.

Estado del proyecto: Terminado

Reseña escrita por: Matheo Giraldo Bonilla