

## Propuesta metodológica para el Estudio de la Recepción de Contenidos Multimedia

### *Methodological Proposal for the Study of Multimedia Content Reception*

**Alejandra Muñoz Jiménez.** Universidad de Cádiz (España)

Licenciada en Periodismo (Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla. Promoción 1992-1997), Máster en Tecnologías Digitales y Sociedad del Conocimiento (UNED. Curso 2007-2009) y Doctora en Comunicación por la Universidad de Cádiz (2017). Desde 2002 informadora en los Servicios Informativos de RTVE en Andalucía. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0144-9531>

Artículo recibido: 23/10/2022 – Aceptado: 11/05/2023

#### **Resumen:**

El estudio de los procesos de recepción de los contenidos multimedia requiere de una metodología mixta para profundizar en los factores comunicativos que intervienen en el acceso e interpretación de estos mensajes, por parte de las personas usuarias. A través de técnicas de análisis cuantitativo y entrevistas cualitativas, es posible realizar un análisis multidimensional de los intereses y destrezas necesarios para la descodificación de estos mensajes, también en función de su complejidad, que permite evaluar cómo el proceso debe transformarse para adaptarse a los diferentes lenguajes y al dinamismo del multimedia. Esta propuesta metodológica, utilizada para investigar la recepción del multimedia en audiencias nativas e inmigrantes digitales (Prensky, 2001) de Andalucía, parte del diseño de un mapa de códigos que, con la ayuda de software cualitativo, admite múltiples conexiones entre conceptos y prácticas comunicativas y que hace posible estudiar las formas en las que los usuarios interpretan y descodifican un mismo hecho comunicativo multimedia.

#### **Palabras clave:**

Metodología; Estudios de recepción; Experiencia de usuario (UX); multimedia; hipermedia; nativos digitales; inmigrantes digitales.

**Abstract:**

*The study of the reception processes of multimedia content requires a mixed methodology to delve into the communicative factors that intervene in the access and interpretation of this type of messages by users. Quantitative analysis techniques and qualitative interviews have been employed in order to obtain a multidimensional analysis of the interests and skills for the decoding of these messages, also according to their complexity, which allows us to evaluate how the reception process must be transformed to adapt to the dynamism of multimedia. This methodological proposal has been used to investigate the reception of multimedia among digital native and immigrant audiences (Prensky, 2001) from Andalusia. For the analysis, assisted by qualitative software, we start from the design of a map of codes that allows multiple connections between concepts and communicative practices and makes it possible to study the ways in which users interpret and decode the same multimedia communicative event.*

**Keywords:**

*Methodology; Reception Studies; User Experience (UX); multimedia; hypermedia; digital natives; digital immigrants.*

## 1. Introducción

Las estructuras fragmentadas propias del discurso digital establecen oportunidades narrativas más complejas, basadas en enlaces de composición rizomática, en las que la percepción del espacio y el tiempo se rompen, a diferencia de las narrativas convencionales de estructura lineal, con un principio y un fin determinados. La mezcla de lenguajes diferentes, y la posibilidad de establecer vínculos e intercambio de roles entre emisores y receptores, gracias a la interactividad y la participación añaden, además, múltiples posibilidades al proceso narrativo. Este entorno comunicacional complejo requiere de nuevos modelos para medir la recepción y los cambios que ha supuesto el paso de la narrativa lineal a la digital desde el punto de vista de la construcción social y subjetiva del sentido de los mensajes mediáticos.

La metodología que se propone supone una herramienta de gran utilidad para aplicar al análisis de los procesos comunicativos relacionados con la recepción de los mensajes multimedia. Gracias a este sistema, es posible afrontar el reto de conocer de qué manera las personas usuarias se enfrentan a un hecho comunicativo multimedia concreto e integrar los elementos que describen la complejidad de la relación entre las audiencias y los intereses y destrezas que permiten interpretar esos mensajes.

El uso de diferentes técnicas de investigación complementarias, —cuantitativa y cualitativa—, hace posible aportar la diversidad necesaria y contribuye a enriquecer el trabajo de investigación, así como a establecer las conexiones adecuadas para validar los resultados.

Así, a través de encuestas, es posible trazar las líneas básicas de las tendencias, costumbres y preferencias de los usuarios, mientras que mediante entrevistas en profundidad se puede completar esta visión añadiendo matices y combinando puntos de vista personales y experiencias subjetivas que abran senderos más amplios por los que transitar desde lo global hasta lo concreto para, desde ahí, sistematizar los datos obtenidos con una visión multidimensional (Morin, 1996).

El diseño propuesto de un mapa de códigos para el análisis de los discursos facilita, especialmente, la elaboración de diferentes conexiones para despejar los objetivos de la investigación a la que se apliquen, además de aportar mayores detalles al objeto de análisis, gracias al uso del software científico Atlas.ti, que posibilita la interpretación, codificación y segmentación de las explicaciones de los informantes. Este programa, diseñado para el análisis cualitativo a partir de los supuestos de la Teoría Fundamentada, permite codificar los datos y categorizarlos, además de estructurar redes de relaciones o mapas conceptuales entre las categorías y estructurar los hallazgos (Varguillas, 2006, p. 76). Asimismo, ayuda a distinguir en los discursos aspectos relacionados con la subjetividad a través de las emociones o motivaciones que guían los procesos de recepción.

## **2. Propuesta Metodológica**

La metodología propuesta puede ser utilizada para analizar los procesos de recepción por parte de las audiencias en el ámbito digital y comparar las formas en las que los usuarios interpretan y descodifican un mismo hecho comunicativo multimedia. A partir de esa premisa, se puede establecer un plan de trabajo para, a través de la búsqueda bibliográfica, de la definición de una guía de objetos críticos y de la recopilación de información directa por parte de las audiencias, aproximarse a las dinámicas que hacen posible la recepción e interpretación de los mensajes.

El planteamiento del estudio partiría del papel de la mediación en los procesos comunicativos. En este sentido, el concepto de mediación propuesto por Martín-Barbero (1987), que centra la atención en los sujetos y en los procesos de resistencia y apropiación de los mensajes, así como en los modos en los que la audiencia reconoce su identidad cultural colectiva en los discursos mediáticos, resulta el más adecuado a la hora de establecer las bases para llevar a cabo un estudio de la recepción que permita descifrar los mecanismos de interpretación y reconstrucción de los mensajes por parte de las audiencias.

Sierra (2003, p. 260) sostiene que “las audiencias negocian, impugnan e interpelan a los medios y los mensajes, para interpretar y resignificar el contenido”. Así pues, resulta fundamental considerar la audiencia como “constructora de sentido”, pero teniendo en cuenta el hecho de que “los miembros de una comunidad no son iguales ni tienen idéntico nivel de experiencia” (Benítez Eyzaguirre, 2011, pp. 11-12).

### 3. Estado de la Cuestión

A pesar de que, como asegura Díaz Noci (2009), la presencia de mensajes multimedia en nuestra vida cotidiana es cada vez mayor, la multimedialidad es una de las características menos estudiadas del lenguaje digital, especialmente, en lo referente a la recepción de este tipo de mensajes y su comprensión por parte de las audiencias.

Díaz Noci y Salaverría (2003), Cebrián Herreros (2005) o Lucía Santaella (2005) son algunos de los autores que han profundizado en las formas en las que los usuarios se enfrentan a la lectura de los hipertextos, aunque, desde el punto de vista metodológico, pueden destacarse estudios, como los realizados por Nielsen y Pernice (2010), que han examinado pautas de lectura de páginas web con el fin de analizar su usabilidad desde una perspectiva comercial, mediante técnicas de *eyetracking*, que permiten analizar los movimientos oculares que realiza un usuario con el fin de determinar qué elementos atraen su atención y cómo interactúa con los contenidos. Esta tecnología también ha sido empleada por autores como Bermejo-Berros (2018), que aboga por “metodologías de respuesta multidimensional a los productos mediáticos”. En sus estudios sobre entretenimiento hipermedia, utiliza, asimismo, registros de *biofeedback* para medir procesos de respuesta durante el visionado de determinados contenidos de entretenimiento y cuestionarios que evalúan procesos de respuesta emocional-cognitiva o de recepción (Bermejo-Berros, 2013, p. 716).

Por su parte, Corona Rodríguez (2012 y 2013) emplea una metodología basada en el registro hipertextual para estudiar aspectos como las prácticas sociales en torno a la Red, las formas de uso de la información o los modos desde los que se construyen y modelan los significados. También aportaciones significativas a este ámbito de estudio son las realizadas por Francisco Albarello (2009), que, a través de encuestas, entrevistas en profundidad y el análisis del registro de las sesiones de Internet de los entrevistados, ha estudiado, de forma amplia, las experiencias de lectura de nativos e inmigrantes digitales a través de la Web 1.0.

Otros estudios más recientes han analizado aspectos relacionados con la recepción como la efectividad de la codificación por colores en el aprendizaje a través de videoconferencias mediante técnicas fisiológicas multimodales, que combinan el seguimiento ocular y la electroencefalografía (EEG) (Liu, Ma, Guo, Lin, Wu y Zhu, 2021) o el impacto en el aprendizaje de biología en escuelas ucranianas a través de dispositivos móviles conectados a Internet (Stepanyuk, Mironets, Olendr, Tsidylo y Stoliar, 2020).

### 4. Marco Conceptual de la Metodología de Investigación

Dadas las características del objeto de estudio, que puede considerarse complejo y poco conocido —por cuanto las investigaciones realizadas en el ámbito de la recepción de contenidos multimedia han sido escasamente abordadas—, la metodología se diseña

partiendo de una perspectiva exploratoria, según la clasificación de Dankhe (1986), enfocada hacia la obtención de información.

Con el fin de obtener una visión global y crítica sobre la recepción de la comunicación multimedia, la estructura de soporte de la investigación se ha de abordar desde el paradigma de la complejidad, tal y como lo plantea Morin (1996), que hace posible la inclusión de lo casual y lo ambiguo por encima de lo incierto, desde una visión multidimensional del fenómeno.

El marco conceptual de la metodología de investigación propuesta se define a partir de una serie de enfoques teóricos relacionados con el objeto de estudio. En primer lugar, la Teoría Fundamentada, que evita fijar el punto de partida en teorías preconcebidas y busca con el estudio y la observación de los datos obtenidos tras la investigación que hagan posible que dicha teoría emerja (Strauss y Corbin, 2002, pp. 21-22). Los Estudios Culturales permiten explorar las formas de producción del sentido de los mensajes a partir de la práctica de interpretación y de los sistemas de representación (Hall, 1997) y la Teoría Crítica se contempla como medida de análisis de la relación y los efectos que los medios y la tecnología provocan en la sociedad (Fuchs, 2009), mientras que la Construcción Social de la Tecnología, una propuesta teórica lanzada por Wiebe Bijker, Thomas P. Hughes y Trevor Pinch, que sirve como herramienta para analizar el papel de los usuarios en la construcción de significados en Internet, a partir de las rutinas de acceso a la Red y la participación en la producción y consumo de información. Del mismo modo, los Estudios de Recepción permiten ver los procesos comunicativos desde las resistencias y la apropiación de los usos (Martin-Barbero, 1987, p. 10), a partir del camino trazado por las mediaciones del propio Martín-Barbero y su evolución hacia las hipermediaciones de las que habla Scolari (2008, pp. 115-116). En este sentido, la Teoría de las hipermediaciones permite concertar cómo se articulan las nuevas propuestas comunicativas de “intercambio, producción y consumo simbólico” que se desarrollan a partir de diferentes medios y lenguajes y se interconectan tecnológicamente en el ecosistema surgido a raíz de la digitalización (Scolari, 2008, pp. 113-114).

## **5. Perspectivas, Técnicas y Criterios Metodológicos**

Para atender los procesos que intervienen en la recepción de un determinado contenido multimedia, resulta imprescindible conocer en qué medida la estructura del mensaje condiciona su lectura y de qué manera la confluencia de los factores comunicativos que determinan la orientación, la percepción de los usuarios y la experiencia en el ámbito virtual forman parte de la tarea interpretativa. Con este objetivo, se proponen dos perspectivas metodológicas diferentes.

Por un lado, en una primera fase, se lleva a cabo la recolección de información mediante la realización de entrevistas en profundidad, con el fin de estudiar las competencias digitales de los usuarios, los procesos que conforman su percepción y la influencia de la

orientación y de las estructuras narrativas en las acciones de lectura del contenido propuesto. Por otro lado, en una segunda fase, un análisis cuantitativo, como aproximación al fenómeno con visión de conjunto. De esta manera, a partir del trabajo cualitativo, se propone elaborar una encuesta que permita añadir elementos para cuantificar la importancia de los resultados obtenidos a partir de la realización de las entrevistas.

De acuerdo con Strauss y Corbin (2002, pp. 37-38), no se trata simplemente de utilizar ambos métodos de forma complementaria, sino de manera que se produzca una “verdadera interacción” entre ambos, de modo que “lo cualitativo debe dirigir lo cuantitativo, y lo cuantitativo retroalimentarse de lo cualitativo en un proceso circular, pero al mismo tiempo evolutivo”.

### *5.1. Investigación Cualitativa: Entrevistas en Profundidad*

La investigación cualitativa, como destaca Stake (1999, pp. 42-44), ha de partir de un trabajo interpretativo del objeto de estudio para buscar la comprensión de las acciones humanas y los fenómenos sociales, más allá de causas y efectos. Esos parámetros han de ser tenidos en cuenta a la hora de diseñar la investigación cualitativa, al igual que las pautas aportadas por Quintana (2006, pp. 60-61), que establece que el diseño cualitativo ha de ser abierto, flexible, dotado de sensibilidad estratégica y referencial o no prescriptivo.

Con el fin de obtener una comprensión clara de experiencias y perspectivas en el análisis, se utilizan las entrevistas en profundidad, no contempladas como un simple intercambio formal de preguntas y respuestas, sino como una conversación entre iguales (Taylor y Bogdan, 1994, p. 101), sin perder de vista la referencia mediadora que ejerce el investigador (Quintana, 2006, p. 62).

Se proponen las entrevistas semiestructuradas y abiertas, que buscan nuevas formas de comprender la realidad social y, por tanto, son adecuadas para los diseños exploratorios (Viedma Rojas, 2009, p.75). El estilo abierto de las entrevistas en profundidad permite, en palabras de Sierra (2019, p. 325) “favorecer la creación de redes de intersubjetividad”, así como una capacidad de comunicación más fluida. Esas entrevistas en profundidad son “focalizadas”, según la clasificación establecida por Merton y Kendall (1946), de manera que la conversación “se centra en las experiencias subjetivas de la gente expuesta a la situación con el propósito de contrastar las hipótesis y averiguar respuestas o efectos no anticipados” (Valles, 1999, p. 184).

### *5.2. Investigación Cuantitativa: La Encuesta*

En el ámbito cuantitativo, la realización de una encuesta, considerado el método de obtención de información primaria sociológica (Alonso y Saladrigas, 2000, pp. 40-43), permite obtener información diversa de personas ubicadas en diferentes áreas

geográficas, con un alto grado de fiabilidad (Cea D’Ancona, 1996, pp. 240-241). El objetivo es el de contextualizar y reforzar la solidez y validación de los resultados obtenidos a partir de las entrevistas, así como tratar de obtener una visión más amplia y generalista sobre el ámbito de estudio.

Para ello, se partiría de un cuestionario de preguntas cerradas, con opciones de respuestas múltiples y excluyentes. En la elaboración del cuestionario se ha de prestar especial atención a la formulación de las preguntas, para evitar que la información pueda estar condicionada por la forma en la que han sido redactadas las diferentes cuestiones, así como las opciones de respuesta ofrecidas (Cea D’Ancona, 1996, pp. 240-241). Igualmente, se deben seguir las recomendaciones de Alonso y Saladrigas (2000, pp. 40-43) como limitar su extensión; realizar preguntas claras y concisas; evitar formulaciones tendenciosas, sin olvidar el uso de un lenguaje sencillo y comprensible.

## 6. Conceptualización y Codificación

La articulación de un sistema de códigos permite analizar e interpretar de manera más profunda y precisa los datos recopilados durante el trabajo de campo, de manera que sea factible determinar los procesos o planteamientos que condicionan la recepción. Así, se propone una guía de tópicos u objetos críticos para su aplicación en el planteamiento de entrevistas y encuestas que permite orientar, con mayor rigor, el diálogo y la comunicación con los participantes, así como recabar todos los datos necesarios para el estudio.

No se trata de un inventario de propuestas cerradas, sino de un esquema de contenidos o un “mapa conceptual”, en palabras de Sierra (2019, p. 372), con el que ordenar los tipos de “conexión, importancia u oposición” del conjunto de categorías que se han de investigar. Así, siguiendo la metodología ya planteada por Benítez Eyzaguirre (2010), se distribuyen en seis bloques o familias concretas, que, agrupan un total de 20 códigos, los cuales pueden relacionarse entre sí, con el fin de lograr una comprensión multidimensional de la descodificación de los mensajes multimedia. Asimismo, se incluye una categoría bajo la denominación de Perfiles, que agrupa una serie de códigos identificadores de las principales características sociodemográficas de los informantes.

De este modo, el mapa de códigos queda como sigue:

**Tabla 1.**

*Mapa de códigos conceptuales para la investigación*

ESTRUCTURA NARRATIVA	EXPERIENCIA DIGITAL	PROCESOS	ORIENTACIÓN	ESTRATEGIA LECTORA	VALORACIÓN
Interactividad	Autonomía	Mediación	Emoción	Sondeo	Positivo

Multisequencialidad	Habilidad	Hipermediación	Motivación	Búsqueda	Negativo
Navegabilidad	Identidad	Interacción	Comprensión	Inmersión	Neutro
	Conocimiento		Apropiación		

Nota: Elaboración propia

Bloque ESTRUCTURA NARRATIVA: códigos relacionados con los procesos comunicativos derivados de la estructura narrativa del relato multimedia, con el fin de arrojar luz sobre cómo influyen el diseño y la estructura de la página en el recorrido de lectura, así como definir los elementos que facilitan o dificultan la navegación. En total, se incluyen tres códigos diferentes:

1. Interactividad: en referencia al papel activo del usuario que establece un diálogo con el contenido a través de la interfaz, entendida como espacio de mediación, para dibujar su itinerario de lectura en función de las posibilidades narrativas que la página ofrece y de los diferentes formatos incluidos en ella para poder, de esta manera, cimentar, con cada paso, su propia estructuración del relato.

2. Multisequencialidad: posibilidad del usuario de romper la continuidad o linealidad del discurso para buscar otras perspectivas, seguir distintas estrategias de lectura o ampliar información, a través de la combinación de distintos formatos (textos, vídeos, audios, imágenes o gráficos). Se refiere, asimismo, a la dispersión narrativa a la que se enfrenta el lector y que es propia del relato hipermedia.

3. Navegabilidad: entendido como las facilidades o dificultades que encuentra el usuario para orientarse dentro de la página y moverse a través de los diferentes nodos mediante los dispositivos para la navegación hipermedia, como botones, iconos o características de la interfaz. Incluye también la descripción de los desplazamientos que pueden realizarse dentro de la misma página, así como los realizados entre páginas diferentes.

Bloque EXPERIENCIA DIGITAL: códigos que permiten determinar las competencias, aptitudes y capacidades de los usuarios a la hora de desplazarse a través de los contenidos multimedia.

1. Autonomía: comprende los mecanismos de uso y gestión del conocimiento tecnológico, así como la evaluación de las rutinas de acceso, selección y utilización de Internet y de la información presente en la Red de manera autónoma e independiente.

2. Habilidad: engloba la facultad de aprendizaje, control y apropiación de las destrezas necesarias en el uso de las tecnologías, así como la capacidad para desenvolverse y relacionarse con el entorno digital. Incluye la práctica en el seguimiento de rutas de navegación mediante hipervínculos, simultanear tareas y manejo de información.

3. Identidad: se refiere a los elementos que determinan la construcción de una identidad digital propia, en la que Internet y, en especial, las redes sociales, se muestran

para el usuario como espacios de intercambio, socialización y de convivencia en los que comparten información sobre sus propias vidas como forma de generar vínculos de confianza con otros.

4. Conocimiento: se relaciona con la capacidad intelectual del usuario para identificar conceptos y hechos relacionados con el mundo digital a partir de su comprensión teórica o práctica previa y de su experiencia.

Bloque PROCESOS: procesos comunicativos en los que se conforma la percepción de los informantes, a través de tres categorías:

1. Mediación: se aplica a los procesos socioculturales de recepción y apropiación de los contenidos de los medios de comunicación tradicionales. También a los mecanismos por los que se reconocen identidades y construyen significados sociales a partir de los discursos mediáticos.

2. Hipermediación: se utiliza para referirse a los procesos socioculturales de consumo, apropiación, intercambio y producción que influyen en la recepción de contenidos multimedia a través de la Red. También a los procesos de construcción de significados sociales desde las posibilidades que ofrece la tecnología digital.

3. Interacción: referido al establecimiento de procesos de participación mediante comentarios, valoraciones, y distribución de contenidos —propios o ajenos— a través de Internet y, en especial, de redes sociales. También se utiliza para referenciar relaciones interpersonales directas e intercambios de información entre personas.

Bloque ORIENTACIÓN: relaciona los procesos comunicativos con los contextos de subjetividad y la manera en que éstos influyen en la toma de decisiones y en la elección del itinerario durante la lectura del contenido:

1. Emoción: entendida como el modo subjetivo desde el que se interpreta y se evalúan la información y las percepciones, mediante procesos afectivos y cognitivos. En palabras de Benítez Eyzaguirre (2010, p. 388), se refiere a los gustos, preferencias y sentimientos que despiertan los mensajes informativos, así como al “proceso sensible que regula, de un lado, el sistema de información ya que contribuye a la racionalidad y, de otro, orienta las decisiones y las conductas”.

2. Motivación: se utiliza para todas aquellas referencias relacionadas con los impulsos que guían y dirigen el comportamiento del usuario a través del contenido. Puede venir marcada por intereses sociales, culturales, gustos, preferencias, sentimientos o intuición.

3. Comprensión: se entiende como el proceso activo de construcción del significado y de integración de la información en unidades de sentido, de manera que el usuario sea capaz, a partir de la interacción con los diferentes formatos, de captar las ideas relevantes y otorgar sentido al contenido en su conjunto, de forma global, pese a la fragmentación y multisequencialidad del texto.

4. Apropiación: se refiere al proceso cognitivo de interpretación y reinterpretación que el usuario hace del mensaje para otorgarle significados, asimilarlo y hacerlo propio. Así, lo resemantiza y aprehende a partir de la elección de su itinerario de lectura a través de los diferentes formatos del multimedia, de manera que, desde sus propios protocolos sociales y culturales, recodifica la obra y la transforma.

Bloque ESTRATEGIA LECTORA: para determinar las tácticas de lectura que utilizan los usuarios a través del documento multimedia y, en general, a través de Internet.

1. Sondeo: entendido como el proceso por el que el usuario recorre el contenido a través del que navega, de forma superficial, con el fin de reconocer su estructura, organizar la información y definir su interés en el mismo.

2. Búsqueda: el navegante conoce la estructura del multimedia y transita a través del mismo con una finalidad expresa, en función de sus propios intereses y motivaciones. Se aplica también para procesos más amplios de exploración en la Red.

3. Inmersión: posibilidad del usuario de sumergirse en la narración y de vivir experiencias durante el recorrido realizado a través del contenido, en las que la información se combina con aspectos lúdicos y estéticos. Se aplica a procesos más amplios relacionados con las oportunidades de profundizar en la información a través de Internet.

Bloque VALORACIÓN: como establece Benítez Eyzaguirre (2010), se pretende valorar la orientación de la subjetividad:

1. Positivo: cuando se registra un determinado hecho o bien se valora de forma positiva para el hablante. Se aplica, además, para codificar una actitud activa ante el hecho comunicativo.

2. Negativo: cuando no se registra un hecho o cuando éste se valora de forma negativa para el informante. Se aplica, también, para codificar una actitud pasiva ante el hecho comunicativo.

3. Neutro: indiferente, sin posicionamiento afirmativo o negativo.

Tras el estudio de los resultados obtenidos en encuestas y entrevistas, se recurre al análisis mediante la triangulación de datos, un “procedimiento heurístico”, según Rodríguez Sabiote, Pozo y Guitérrez (2006, p. 293) para contrastar información desde diferentes puntos de vista y que resulta necesario cuando las metodologías cuantitativa y cualitativa “se utilizan en el reconocimiento de un mismo e idéntico aspecto de la realidad social implementándose los métodos de forma independiente, pero orientados hacia una puesta en común (Rodríguez Sabiote, Pozo y Gutiérrez, 2006, p. 291).

## **7. Estudio de un caso: Ejemplo de uso de la metodología para recepción de multimedia con nativos e inmigrantes digitales de Andalucía.**

La metodología propuesta se ha utilizado para analizar los procesos de recepción de contenidos multimedia en nativos e inmigrantes digitales (Prensky, 2001), en Andalucía, con el fin de estudiar cómo se enfrentan a este tipo de contenidos. Se parte de una serie de preguntas básicas para la investigación, la primera de las cuales trata de confirmar si el recorrido de lectura que siguen los usuarios sobre un contenido multimedia o hipermedia en Internet condiciona la recepción del mensaje propuesto por el emisor. Asimismo, se trata de determinar si los receptores interpretan los contenidos del

mensaje multimedia de forma diferente según su perfil de inmigrantes o nativos digitales y si la interpretación del mensaje que realizan los receptores está condicionada por los procesos de mediación, interacción y experiencia.

Así, se realizaron entrevistas a 22 usuarios de Andalucía, divididos en función de la clasificación propuesta por Prensky (2001), para investigar su relación con los relatos digitales multimedia o hipermedia y transmedia, así como la elección de recorridos de lectura, de manera que fuera posible analizar y contextualizar las prácticas y los significados otorgados a los mensajes a los que fueron expuestos. Entre los entrevistados, se incluyeron a cuatro profesionales del ámbito de la comunicación, como grupo de control, para comparar posibles diferencias en la descodificación e interpretación con el resto de participantes.

Con este objetivo, se seleccionaron tres contenidos de carácter informativo, de diferente temática y estructura, que fueron expuestos a una selección de sujetos sobre los que se ha estudiado su capacidad lectora y comprensiva de este tipo de narrativa:

1. En La Tierra Del Diego.

<http://edant.clarin.com/diario/2009/11/23/conexiones/home.html>: Documental multimedia interactivo elaborado en 2009 para el diario argentino Clarín sobre la vida en Villa Fiorito, un barrio marginal de Buenos Aires.

2. Vibrato.

<http://www.unr.edu.ar/resources/documedia/vibrato/vibrato.htm>: Documental multimedia interactivo dedicado al Proyecto Vibrato, sobre la creación de una Escuela Orquesta en el barrio Ludueña en la ciudad argentina de Rosario.

3. Las Muertes De Ceuta.

<http://lasmuertesdeceuta.eldiario.es/home.html>: Proyecto multimedia de investigación publicado en eldiario.es, con motivo del primer aniversario de la muerte de quince inmigrantes africanos cuando intentaban entrar a España a través de las costas ceutíes.

Asimismo, se realizó una encuesta entre usuarios de Andalucía, con el fin de trazar las líneas básicas de las tendencias, costumbres y preferencias de los usuarios en el uso de la Red. El universo que se define para la realización de este estudio cuantitativo lo integran andaluces mayores de 18 años. Se toma como referencia el dato de la población de la comunidad autónoma en el año 2014, según el Instituto de Estadística de Andalucía, para calcular la muestra representativa y se recopilan un total de 272 encuestas válidas. Para elaborar el cuestionario se utilizó la herramienta Google Drive, que permite un diseño sencillo y accesible y facilitó la distribución a través de correos electrónicos y redes sociales, así como la recolección de las respuestas.

El análisis y ordenación de variables del estudio cuantitativo a partir de la sistematización según las diferentes familias de códigos permite configurar un inventario aproximado de los usos de la Red, así como de los patrones de recepción de nativos e inmigrantes digitales respecto de los contenidos multimedia/hipermedia.

Así, desde la perspectiva de la comprensión de estos mensajes multimedia/hipermedia, se investiga si los relatos multimedia resultan más o menos accesibles e inteligibles para los usuarios nativos e inmigrantes digitales; así como las prácticas y rutinas de los encuestados atendiendo a la habilidad y la configuración de una identidad digital propia.

Desde el punto de vista de la mediación y la hipermediación es posible estudiar las diferencias entre nativos e inmigrantes digitales en las maniobras de lectura en la pantalla de contenidos multimedia. En este sentido, se pregunta por las estrategias de lectura de contenidos en la Web a fin de alcanzar datos en relación con la motivación y la inmersión lectora, como, por ejemplo, entre otros, que cerca de un 47 por ciento de los nativos no completa la lectura de textos largos en la Web, una cifra que se reduce al 27.2 por ciento en el caso de los inmigrantes digitales. También se analiza hasta qué punto los integrantes de estos colectivos generacionales son más o menos receptivos a las formas de comunicación hipermedia, para lo que se pide, por ejemplo, a los participantes su valoración sobre la presencia de muchas fuentes simultáneas cuando navegan por Internet.

Por su parte, el proceso de estudio de los datos del análisis cualitativo permite articular las relaciones entre códigos y familias a partir de una serie de preguntas básicas para dar respuesta a los objetivos e hipótesis de la investigación. Así, se buscan las relaciones entre la familia ESTRATEGIA LECTORA con ORIENTACIÓN y con ESTRUCTURA NARRATIVA para tratar de determinar si el itinerario de lectura condiciona la recepción del mensaje. Se estudia la influencia de las estrategias lectoras en la comprensión y apropiación del mensaje, o si elementos como la emoción o la motivación determinan las formas de lectura de nativos e inmigrantes digitales. Así, por ejemplo, las conexiones obtenidas en la combinación de los bloques de ESTRATEGIAS LECTORAS y ORIENTACIÓN muestran que la motivación, con 78 coincidencias, prevalece, por encima de la emoción (33) o la comprensión (32) a la hora de elegir determinados itinerarios de lectura, de manera que, si el contenido no responde a las expectativas del usuario, la atención disminuye. Asimismo, el análisis de la relación entre inmersión e interactividad (17 coincidencias) y multisequencialidad (27) revela una mayor tendencia al uso, por parte de los inmigrantes digitales, de patrones de lectura más lineales.

Del mismo modo, se cruzan los códigos integrados en las familias ESTRUCTURA NARRATIVA y ORIENTACIÓN para tratar de averiguar si los receptores interpretan los contenidos del mensaje multimedia/hipermedia de forma diferente según su perfil de inmigrantes o nativos digitales. También se examinan las variables relacionadas con la EXPERIENCIA DIGITAL de los usuarios en combinación con las familias PROCESOS y ORIENTACIÓN para analizar si la interpretación del mensaje está condicionada por la mediación, la interacción y la experiencia.

## **8. Conclusiones.**

El uso de la metodología propuesta abre numerosas posibilidades al estudio de la recepción de los mensajes multimedia, que pueden ser analizados en función de su complejidad y teniendo en cuenta las posiciones de los diferentes usuarios frente a los contenidos. Así, no sólo se puede atender a sus habilidades y experiencias en el manejo de la interfaz, sino también y especialmente, a posiciones menos evidentes, relacionadas con la emoción, la mediación y la subjetividad que intervienen, necesariamente, en los procesos de recepción.

La combinación complementaria de los métodos cuantitativo y cualitativo permite, a partir del empleo del sistema de codificación propuesto, enriquecer los puntos de vista y ayuda a alcanzar conclusiones desde una perspectiva amplia, de modo que sea posible establecer estándares en los mecanismos de recepción y los valores que los usuarios confieren a los diferentes aspectos que intervienen en la recepción del mensaje. Así, es posible determinar las posibilidades del usuario de interactuar con los contenidos o si la dispersión que entrañan la interactividad y la multisecuencialidad o las características de navegabilidad condicionan los procesos de recepción.

En el caso concreto del estudio sobre los procesos de recepción en nativos e inmigrantes digitales de Andalucía expuesto anteriormente, las referencias obtenidas durante el estudio cualitativo han sido fundamentales para sistematizar las pautas básicas que estas audiencias siguen al navegar por los relatos multimedia, teniendo en cuenta sus referentes sociales y culturales y en qué medida han podido condicionar su estrategia lectora, la comprensión de los contenidos, así como las diferencias entre ambos colectivos generacionales. De otro lado, las encuestas proporcionan información más genérica, aunque suficientemente representativa, sobre la predisposición de nativos e inmigrantes digitales hacia los contenidos multimedia o las variables que interfieren en el proceso de recepción, como la presencia de diferentes fuentes de información, el exceso de enlaces o la extensión de vídeos y textos.

Además, la triangulación permite extraer las referencias necesarias para reconocer los estímulos e intereses de nativos e inmigrantes digitales a la hora de recorrer los contenidos multimedia y en función de qué parámetros los interpretan, sin olvidar que ayuda a evitar sesgos metodológicos (Araneda, 2006, p. 19) y a ampliar la comprensión del objeto de estudio a partir de la combinación de los datos.

El sistema de códigos permite establecer numerosos itinerarios, —al margen de las combinaciones de códigos utilizadas en la investigación detallada anteriormente—, desde los que dar respuesta a diferentes cuestiones relacionadas con los objetos críticos y los procesos de recepción. Así, es posible plantear nuevos interrogantes con el fin de estudiar otros aspectos contenidos en los discursos de los informantes, que pueden ofrecer datos adicionales en torno a las experiencias en el ámbito de la recepción multimedia. De este modo, a partir de la unión de los códigos interacción y apropiación es posible determinar si los procesos de participación mediante comentarios, valoraciones o relaciones de intercambios de información entre personas pueden tener

influencia o no en la forma en la que el usuario reinterpreta el mensaje para asimilarlo y hacerlo propio. Asimismo, puede estudiarse de qué manera influye la experiencia de los usuarios en el modo en que éstos se sumergen en la narración, a través de la unión de códigos como habilidad y autonomía con inmersión o si esta estrategia de lectura inmersiva es más frecuente en nativos o inmigrantes digitales.

Con todo, la metodología propuesta permite abordar el ámbito de investigación de una manera flexible y amplia, dada la complementariedad de los métodos cuantitativo y cualitativo. Esto no sólo la hacen adecuada para la investigación de los procesos de recepción multimedia, sino que también hacen posible su aplicación en los estudios de recepción en el ámbito del transmedia, por cuanto abre posibilidades de integrar las miradas diversas y complejas de las audiencias hacia esas realidades comunicativas. En determinados casos, no obstante, la amplitud de datos y materiales puede dificultar el análisis u obligar al investigador a emplear más tiempo y recursos para responder las preguntas de la investigación.

## 9. Referencias Bibliográficas

- Albarello, F. J. (2009). *Leer/navegar en Internet. Un estudio comparativo entre jóvenes escolarizados y docentes porteños sobre las formas de lectura en la computadora*. (Tesis de Doctorado en Ciencias de la Información). Universidad Austral.
- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2000). *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. Editorial Unión de Periodistas de Cuba.
- Araneda Valdés, A. (2006). La triangulación como técnica de científicidad en investigación cualitativa, pedagógica y educacional. *REXE: Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 5(10), 11-37.
- Benítez Eyzaguirre, L. (2010). *La recepción transnacional de la televisión como impulso a las migraciones. Un estudio de campo en poblaciones marroquíes*. [Tesis de doctorado en Comunicación. Departamento de Periodismo. Universidad de Sevilla].
- Benitez Eyzaguirre, L. (2011). *Una metodología para el estudio de la recepción de la televisión y su relación con las migraciones*. III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna.
- Bermejo-Berros, J. (2013). Metodología multidimensional en la indagación del fenómeno complejo del entretenimiento hipermedia. En M. Vicente et al. (Coords.), *Investigar la comunicación hoy: revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas* (pp. 709-724). Universidad de Valladolid.

- Bermejo-Berros, J. (2018). Una Propuesta de Metodología Multidimensional en los Estudios de Audiencia y Recepción. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, 11(1). Universidad del Rosario.
- Cea D'Ancona, M. A. (1996). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Editorial Síntesis.
- Cebrián Herreros, M. (2005). *Información multimedia. Soportes, lenguaje y aplicaciones empresariales*. Pearson.
- Corona Rodríguez, J. M. (2012). La construcción social de internet: estrategias de uso y significación de la información. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 3, año 2. <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/176/243>
- Corona Rodríguez, J. M. (2013). Las estrategias de uso y significación de la información en usuarios nativos y migrantes digitales. *Question. Revista especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(40), 285-296.
- Dankhe, G. L. (1986). *Diferentes diseños. Tipos de investigación*. McGraw-Hill.
- Díaz Noci, J. (2009). Multimedia y modalidades de lectura: una aproximación al estado de la cuestión. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 17(33), 213-219.
- Fuchs, C. (2009). Teoría crítica de la Información, la comunicación, los medios y la tecnología. [Documento online]. <http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/teoria-critica-de-la-informacion>.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.
- Liu, Y., Ma, W., Guo, X., Lin, X., Wu, C. & Zhu, T. (2021). Impacts of Color Coding on Programming Learning in Multimedia Learning: Moving Toward a Multimodal Methodology. *Front. Psychol*, 12:773328. <https://www.doi.org/10.3389/fpsyg.2021.773328>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Merton, R. K. y Kendall, P. L. (1946). The Focused Interview. *The American Journal of Sociology*, 51(6), 541-557.
- Morin, E. (1996). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa.
- Nielsen, J. y Pernice, K. (2010). *Eyetracking Web Usability (Voices that matter)*. New Riders.

- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital inmigrants. *On The Horizon*, 9(5).  
[Documento online] <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Quintana, A. (2006). Metodología de Investigación Científica Cualitativa. En: Quintana, A. y Montgomery, W. (Eds.). *Psicología: Tópicos de actualidad*. UNMSM
- Rodríguez Sabiote, C., Pozo, T. y Gutiérrez, J. (2006). La triangulación analítica como recurso para la validación de estudios de encuesta recurrentes e investigaciones de réplica en Educación Superior. *RELIEVE*, 12(2), 289-305.
- Santaella, L. (2005). *Navegar no ciberespazo. O perfil cognitivo do lector imersivo*. Paulus.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Sierra Caballero, F. (2003). La agenda de los Estudios Culturales en comunicación. Cartografiar el cambio social. En: Aparici, R., Marí Sáez, V. *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio* (pp. 251 -272). Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Sierra Caballero, F. (2019) La entrevista en profundidad. Función, sentido y técnica. En: González. J.A., Krohling Peruzzo, C. M. *Arte y oficio de la investigación científica: cuestiones epistemológicas y metodológicas* (pp. 301-380). CIESPAL.
- Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos*. Ediciones Morata.
- Stepanyuk, A., Mironets, L., Olendr, T., Tsidylo, I., & Stoliar, O. (2020). Methodology of using mobile Internet devices in the process of biology school course studying. *CTE Workshop Proceedings*, 7, 535-547.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Editorial Universidad de Antioquia.
- Taylor, S. J., Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Ediciones Paidós.
- Valles Miguel, S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Editorial síntesis.
- Varguillas, C. (2006). El uso de atlas.Ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido Upel. Instituto Pedagógico Rural El Mácaro. Laurus, 12,

73-87.

Viedma Rojas, A. (2009). Entrevistas. En: Callejo, J., del Val, C., Gutiérrez, J., y Viedma, A. *Introducción a las técnicas de investigación social*, (pp. 63-94). Editorial Universitaria Ramón Areces. UNED.

**Financiación:** el artículo no recibe financiación.

**Conflicto de intereses:** la autora declara que no existen.

**Traducción al inglés:** aportada por la autora.

#### **HOW TO CITE (APA 7<sup>a</sup>)**

Muñoz Jiménez, A. (2023). Metodología para el Estudio de la Recepción de Contenidos Multimedia. *Communication & Methods - Comunicación & Métodos*, 5(1), 9-25. <https://doi.org/10.35951/v5i1.178>