

# Información interconectada, curación colectiva y experiencias de usuario: El caso de la red social Pinterest

Interconnected information, collective curation and user experiences: the case of Pinterest social network.

## Diana Rodríguez Barros

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina  
dibarros@mdp.edu.ar

## María Mandagarán

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina  
mmandagaran@hotmail.com

## ABSTRACT

We present exploratory studies about 2.0 web applications linked to renewed collective curatorial activities. In particular we focus on Pinterest application, which collectively generates collection spaces centered in a strong both image and digital graphic presence. We analyze practices related to User Experience Design, which refer to all the factors linked to Interface Design, and produce positive or negative perception of the application. We use the Shedroff model (2009) exploring dimensional categories about significance, duration, amplitude, intensity, interaction and triggers or experience releasers.

**KEYWORDS:** Diseño; Interfaces; Curación colectiva; Experiencias de Usuario.

## Introducción

En los entornos virtuales e interconectados de la Web 2.0, están sucediendo fenómenos participativos tanto individuales como grupales, cuya irrupción y expansión expresan uno de los procesos de crecimiento más amplios, profundos e inusitados de los últimos años. Han posibilitado un aumento exponencial en los niveles de generación e intercambios de contenidos, altos grados de hiper-interconectividad asociada a la Web desde programas de gratuitos y de fácil uso, sin necesidad de dispositivos dificultosos, sin intermediaciones y desde interfaces más intuitivas y simples. Como sostiene Cristóbal Cobo y John Moravek (2011), es indudable que la difusión y notoriedad de estas tecnologías ha favorecido además del la creación participativa de la información en ambientes virtuales, el crecimiento y consolidación de nuevos fenómenos vinculados a las redes sociales y paradójicamente visibilizado procesos de aprendizajes invisibles.

Cuando el especialista en información Alfons Cornella (2009) acuñó el neologismo infoxicación como acrónimo de intoxicación por información, en clara alusión al exceso informacional y sobrecarga cognitiva, sintetizó

la incapacidad de acceso y análisis eficiente ante las abrumadoras cantidades inconmensurables de información de la Web. En la misma dirección, Richard Wurman (2001), calificó como estado nocivo la ansiedad informativa generada a manera de fisura entre lo que se entiende y lo que se debiera entender en esa inmensidad de datos sin relación, jerarquía y sentido que provocan desinformación.

Para afrontar estos estados, se han creado en entornos de la Web 2.0 numerosas estrategias vinculadas, directa o indirectamente, al filtrado, búsqueda, gestión y distribución de la sobre-información. En esta dirección hay muchas aplicaciones que aportan a la creación de micro-universos de conocimiento que puedan ser vividos como entornos seguros y gratificantes por los usuarios, devenidos en prosumidores en clara alusión a las figuras de productores y consumidores de contenidos en las redes sociales.

En particular nos centraremos en aquellas aplicaciones que facilitan experiencias próximas a la curación de contenidos en entornos virtuales, como bien indica Steven Rosenbaum (2011).

Los curadores, tradicionalmente, afrontan operaciones básicas referidas a observar, seleccionar, jerarquizar, valorizar, comentar y compartir información. En consecuencia, este rol recae en expertos que producen contenidos de calidad. Si bien la curaduría no es una práctica original, en los entornos Web 2.0 nuevas aplicaciones están definiendo no sólo otros modos de generar, intercambiar y consumir información, sino encontrar e interactuar con la misma. Tales aplicaciones, que estarían operando como curadoras de contenido, realizan los primeros filtrados, clasifican la información por relevancia y categorías a destacar. Reforzando estos conceptos, Antonio Cambroner (2012) indica que optan y exhiben contenidos de determinados temas ya elaborados, que se encuentran disponibles en la red, para que otros usuarios los consuman, publiquen o archiven, así como reestructuran la información en nuevos conjuntos a la manera de colecciones. En síntesis, facilitan la labor al usuario al ofrecer un ámbito para organizar y publicar contenidos ya revisados por sí mismo o por otros usuarios.

Tales prácticas, parecería que afrontan en primer lugar los estados nocivos de ansiedad informativa, intoxicación y sobrecarga cognitiva. En segundo lugar remitirían a la aparición de nuevos actores en su rol de curadores, los intermediarios críticos del conocimiento, como los denomina Dolores Reigs (2010). En tercer lugar, estarían muy próximas a generar experiencias gratificantes que transitan los usuarios prosumidores.

## Encuadre y objetivos

Pero resulta que en los entornos Web 2.0 conviven tanto curadores expertos como noveles curadores colectivos. Esta situación controversial, que implica riesgos o promesas según como se aborde, está implícita en la naturaleza de la Web 2.0 y de la incipiente Web 3.0. Los principios que las sustentan ya fueron definidos por Tim O'Really (2005) cuando precisó los rasgos básicos y definitorios de la Web 2.0, gestados anteriormente en la filosofía de la red WWW. Los mismos están centralmente relacionados con la inteligencia colectiva, reconocen nuevos hábitos colaborativos de creación y validación del conocimiento, potencian la relevancia de las aplicaciones de escritura colaborativa, habilitan ecosistemas cognitivos igualitarios diseñados para animar la participación, y aprecian un medio ambiente igualitario con sentido de neutralidad de la revisión entre pares.

En particular, y desde estos enfoques nos interesa analizar prácticas vinculadas al Diseño de Experiencias de Usuario, que sintéticamente refieren a todos aquellos factores vinculados al Diseño de las Interfaces que producen una percepción positiva o negativa de un servicio, producto o dispositivo, como indica Donald Norman (2004). En esta dirección, vinculamos por un lado organización, gestión y visualización de la

información, así como interacción y usabilidad; por otro, vinculamos emociones, sentimientos, grados de confiabilidad, construcción y transmisión de marca identitaria.

Accesoriamente recurrimos al concepto de serendipia o más precisamente de pseudo-serendipia, según Royston Roberts (2004), referido a aquellos casos de descubrimientos accidentales que logran consumir de manera exitosa una búsqueda, en contraste con el concepto de serendipia tradicional que se refiere a descubrimientos accidentales de cosas no buscadas.

En esta dirección, analizamos estudios exploratorios sobre el caso particular de la red social Pinterest (<http://pinterest.com/>). Esta aplicación fue creada en 2009 y ha evidenciado un fuerte e inusitado crecimiento en este breve pero fecundo período. Responde al tipo "mashup", en tanto aplicación creada ex novo que usa y combina datos, presentaciones y funcionalidad procedentes de una o más fuentes para generar nuevos servicios. De preeminencia visual, está basada en actividades de curaduría colectiva centradas en la presencia fuerte de la imagen. Su propósito principal es conformar espacios de colecciones de imágenes recolectados desde toda la Web que suben los usuarios y/o otros usuarios que acceden a la aplicación. Tales imágenes se acomodan y conforman colecciones desde tableros virtuales creados ad hoc por los usuarios, donde se publican y comparten gustos e intereses.

Nuestro objetivo, en el presente estudio, ha sido reconocer vivencias positivas y placenteras indagando grado de satisfacción generado por las experiencias de usuario.

## Métodos y técnicas

Nos encuadramos en la vertiente de la Teoría Psicológica de la Actividad aplicada al Diseño de la Interacción de las interfaces (Morville, 2004), vinculada al reconocimiento del usuario social inserto en la complejidad del entorno y de las relaciones culturales.

Metodológicamente realizamos un estudio exploratorio, recurriendo a técnicas cualitativas de observación directa en sesiones de trabajo, registro de actividades y entrevistas grupales.

Trabajamos con dos grupos de 10 voluntarios cada uno, formado por un grupo de docentes y por otro de alumnos de grado de asignaturas de computación gráfica de la carrera de Diseño Industrial. Previo procesos de autoaprendizaje, registro e intervenciones con la aplicación Pinterest, trabajamos durante una sesión de tres horas de duración en laboratorio/taller de computación con cada grupo, sobre intervenciones de temáticas abiertas a preferencias particulares, prioritariamente referidas al Diseño Industrial en

sus variables Producto, Textil e Indumentaria, en correspondencia de las orientaciones de la carrera de Diseño Industrial de la FAUD UNMdP. (Ver Figura 1. Colecciones aplicación Pinterest registros varios)

Realizamos así un primer análisis e interpretación de la naturaleza de las experiencias de usuario / prosumidor, y de los grados de satisfacción que producen, para que nos habiliten a continuar profundizando estudios sobre la significación de tales las experiencias, los contextos y la relación con las decisiones y vivencias de los usuarios. Nos basamos en el modelo Shedroff (2008) aplicando la serie de categorías dimensionales sobre significación, duración, amplitud, intensidad, interacción y desencadenantes o disparadores de las experiencias (Fig. 1).

## Resultados

Los resultados demostraron en los usuarios el reconocimiento de diseño de interfaces simples y elementales pero muy efectivas, con un preciso orden visual que consigue fácil encontrabilidad, rápida interacción intuitiva, fluida navegación y eficaz usabilidad. Los participantes han percibido el concepto de simplicidad del diseño de las interfaces, extendido a las estrategias de representación gráfica y organización de la información del sitio. La búsqueda de información también resultó simple, así como la navegación y recorrido por categorías o utilización del buscador. Detectaron estructuración clara y consistente en los modos de crear modalidades para compartir información, manteniendo sencillez en los procesos y en la gráfica donde el tamaño de las imágenes se ajusta automáticamente.

Hemos observado y evaluado resultados satisfactorios y muy satisfactorios referidos a los parámetros sobre construcción de significación, desde emociones placenteras evocadas; de duración en instancias de iniciación, conclusión, inmersión y continuación; de amplitud, en aspectos de diversidad de enfoques y temáticas abordadas; de intensidad, en instancias de reflejos, hábitos y compromiso; de interacción en grados de poca pasividad y estimulante actividad; de disparadores en detonantes de tipo sensoriales en forma de pregnancia visual, y en menor escala cognitiva, conceptual y simbólica.

Observamos que las experiencias de usuario provocadas han sido mayoritariamente gratificantes desde instancias de participación fácilmente reconocibles; los resultados de diseños de interfaces han sido originales y personalizables; la navegación ha sido fluida y amena; así como la capacidad eficaz de generación, ubicación, publicación y recuperación de la información. Los participantes han demostrado que vieron estimulados estados de ánimo positivos acordes a las expectativas, y se han expresado una elevada percepción de tipo hedonista tanto singular como comunitaria.

## Conclusiones provisorias

Como conclusiones, coincidiendo con Paloma Baytelman (2012), observamos que la aplicación Pinterest representa una plataforma de carácter eminentemente experimental con potencial viral alto. Consideramos que las experiencias que habilita, aunque facilitan la procrastinación, también colaboran a difundir y mostrar productos. Registramos como novedad que fomenta la creación de comunidad de contenidos desplazando al concepto de creación de comunidad de usuarios.

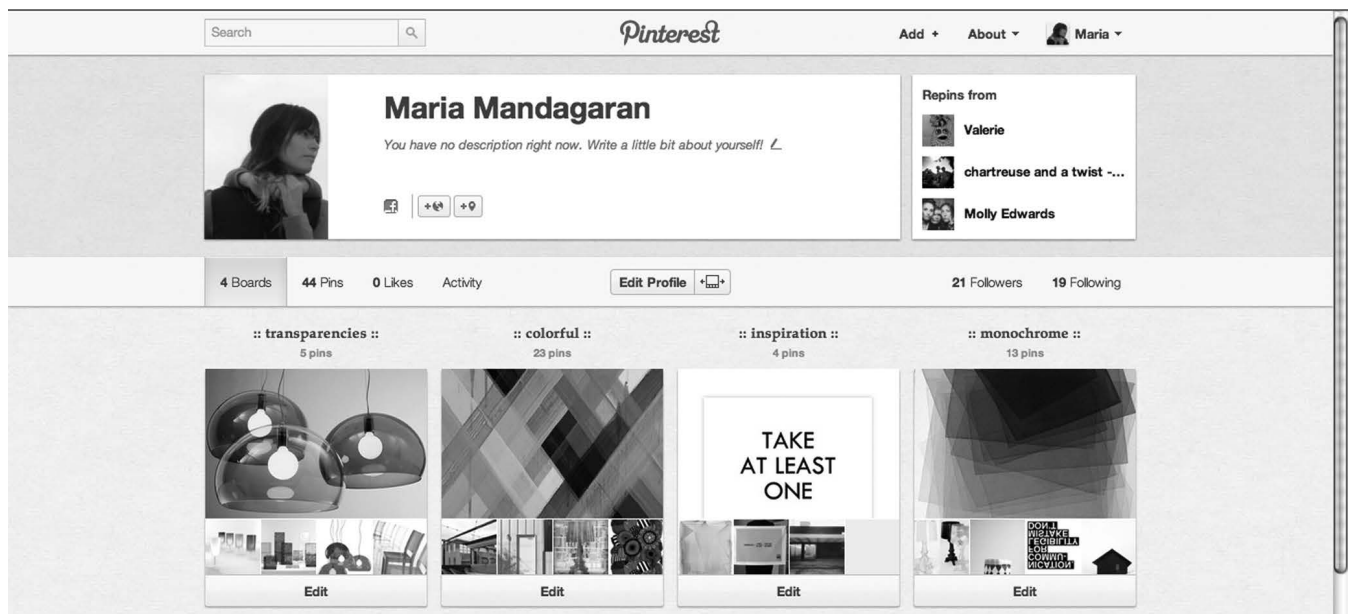


Fig. 1. María Mandagarán (2012). Colecciones registros diseños varios, color y efectos. Exploraciones desde cátedra Informática Industrial 2 FAUD. Disponible URL <https://pinterest.com/mariamandagarán>

Así mismo verificamos que se optimiza el concepto de "affordance" vinculado al diseño de las interfaces desde la perspectiva de la comprensión intuitiva, como capacidad y cualidad óptima del objeto o ambiente que permite a un individuo realizar una acción de uso (Norman, 2004 Op.cit.).

Consideramos que los indicadores han demostrado facilidad de construcción de significados en un contexto social en cooperación con otros, evocando un sentido de satisfacción que puede resultar de la productividad, así como apreciación de cualidades que dan placer a los sentidos.

En esta dirección, detectamos que se facilita la construcción de sentido al haber producido algo nuevo y original; haber logrado una comprensión clara a través de la lógica o la inspiración; lograr grados de libertad, de unidad con lo producido, y de seguridad en entornos de participación. En definitiva, de sentido de placer estético en tanto aporte individual y colectivo.

Vemos que estos procesos de generación de entornos personales en la Web confían cada vez más en la capacidad de análisis crítico de los usuarios prosumidores, los cuales deben posicionarse en constante autotrendizaje, adaptable a procesos en estados beta de mutación y cambios tecnológicos que implican otras maneras de pensar, producir y consumir. Sin embargo, las aplicaciones destacan su carácter prescriptivo y singular desde la publicación y difusión selectiva de la información, y allí encontramos sus límites de validación. No resuelven la insoluble infoxicación de los usuarios, pero como objetivo derivado al crear vinculaciones, aportan facilitando alternativas viables de soluciones parciales. Asimismo no necesariamente son inteligencia colectiva, pero aportan a la construcción de la misma desde su rol comunicador.

Entonces, si bien quedan interrogantes aún, no podemos dejar de considerar que ambiguamente presentan desafíos interesantes para continuar acompañando y participando en estos procesos, así como continuar indagando futuros desarrollos, efectos y consecuencias.

## Agradecimientos

El presente trabajo se encuadra en estudios realizados desde el proyecto de investigación bianual 2012/2013 15/B244 SCyT UNMdP "Enseñanza y prácticas disruptivas en Diseño Industrial I. Intervenciones docentes y computación gráfica en el medio digital interconectado", radicado en el Centro Cipadi FAUD UNMdP.

## Referencias bibliográficas

Baytelman, P. (2012). "¿Qué es Pinterest? Mi nuevo diario mural". En *Blog Paloma Baytelman*. Recuperado septiembre 2012 disponible URL <http://blog.paloma.cl/>

Cambronero, A. (2012). "Qué es Pinterest y por qué puede ser la próxima red social". En *Weblog Magazine ABCes*. Recuperado septiembre 2012 disponible URL <http://www.abc.es/blogs/weblog/public/post/que-es-pinterest-y-por-que-puede-ser-la-proxima-red-social-10991.asp>

Cobo, C. y Moravek, J. (2011). *Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Universitat de Barcelona. Barcelona. Recuperado septiembre 2012 disponible URL <http://www.aprendizajeinvisible.com/es/>

Cornella, A. (2009). "Infoxicación: buscando un orden en la información". En *Infomanía*. Recuperado septiembre 2012 disponible URL <http://www.infonomia.com/articulo/libros/6285>

Morville, P. (2004). "User Experience Design". En *Semantic Studios*. Recuperado septiembre 2012 disponible URL <http://semanticstudios.com/publications/semantics/000029.php/>

Norman, D. (2004). *Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Books. New York.

O'Reilly, T. (2005) "What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software". En *O'Reilly Media, Inc.* Recuperado septiembre 2012 disponible URL <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Reig, D. (2010) "Content curator, Intermediario del conocimiento: nueva profesión para la web 3.0". En *El caparazón. Innovación social y educativa sociedad aumentada*. Recuperado septiembre 2012 disponible URL <http://www.dreig.eu/caparazon/2010/01/09/content-curator-web-3/>

Roberts, R. (2004) *Serendipia. Descubrimientos accidentales en la ciencia*. Madrid. Alianza Editorial.

Rosenbaum, S. (2011). *Curation Nation. How to Win in a World Where Consumers are Creators*. New York. McGraw-Hill.

Shedroff, N. (2008). "Las emociones están en camino a la innovación significativa". En *Revista Faz. nº 2 Creación de emociones, significados y experiencias*. Pp. 8-19. Recuperado septiembre 2012 disponible URL [http://www.revistafaz.org/articulos\\_2/Faz\\_creacion\\_emociones\\_significados\\_experiencias.pdf](http://www.revistafaz.org/articulos_2/Faz_creacion_emociones_significados_experiencias.pdf)

Wurman, R. (2001) *Information anxiety 2*. Indianapolis. New Riders Publishing.