

Ficha de Inscripción Texto Ponencia	
Título de la Ponencia:	NUEVOS CONTENIDOS: NUEVAS ESTRATEGIAS DE CONSUMO
Mesa Temática:	Tecnocultura
Institución:	Universidad Jorge Tadeo Lozano (Bogotá)
Grupo o semillero de Investigación:	Semillero de investigación en desarrollo de contenidos audiovisuales interactivos para la web
Autor (s)	Laura Camila González Zúñiga
Documento de identidad del Autor (s)	1 014 223 936 de Bogotá
Correo electrónico del Autor (s)	Lauragonzalez0730@gmail.com
Nombre Completo del Ponente (s):	Laura Camila González Zúñiga
Documento de identidad del Ponente (s):	1 014 223 936 de Bogotá
Nivel de formación (títulos):	TécnoLOGA, actualmente estudiante
Correo electrónico del Ponente (s)::	Lauragonzalez0730@gmail.com
<p>Nota: El texto completo de la ponencia se debe enviar antes del 22 de Septiembre de 2013, bajo los parámetros de Artículo científico o artículo de Reflexión científica, según lo considere el ponente. El texto de la Ponencia deberá estar entre 10 a 15 cuartillas (Margen 3 centímetros en todos los bordes, hoja tamaño A4, espacio 1,5 y fuente Arial 12 y utilizar Normas APA para citación y referencias bibliográficas. Una vez diligenciado enviarlo a 5sidcolombia@gmail.com.</p>	

ARTÍCULO DE REFLEXIÓN CIENTÍFICA

NUEVOS CONTENIDOS: NUEVAS ESTRATEGIAS DE CONSUMO
NEW CONTENTS: NEW STRATEGIES OF CONSUMPTION

Ponente: Laura Camila González Zúñiga
 Correo electrónico: lauragonzalez0730@gmail.com
 Institución: Universidad Jorge Tadeo Lozano (Bogotá)
 Grupo de investigación: Semillero de investigación en desarrollo de contenidos audiovisuales interactivos para la web

ABSTRACT

PALABRAS CLAVE: representación, relación social, creación colectiva, nuevas formas de narrar, nuevos productos de consumo.

RESUMEN

El presente documento tiene como fin describir algunos hallazgos y unas metodologías que se han venido observando en el grupo de trabajo del semillero: "investigación en desarrollo de contenidos audiovisuales interactivos para la web". Se inicia con un recorrido histórico para determinar la importancia para el ser humano, de representar el mundo por medio de los lenguajes

visuales, y la relación social que han tenido esas representaciones en cada momento histórico. Este trayecto nos hace ver también, el cambio de los medios de comunicación sus formas de contar historias y el impacto que han tenido en el ser humano, modificando así sus formas de asimilar los contenidos audiovisuales. Este transcurrir llega hasta introducirnos en los nuevos medios, las nuevas formas de consumo (consumos que tienden a ser más de contenidos que de productos), y las nuevas estrategias de narración.

INTRODUCCIÓN

Somos un grupo de investigación de la Universidad Jorge Tadeo Lozano sede Bogotá, creado en la Facultad de Artes y Diseño, llamado: **Estudios de la imagen**. Allí nos ubicamos como semillero de investigación, un grupo conformado por docentes, estudiantes de los diferentes programas de la facultad de artes y diseño, egresados y algunos estudiantes invitados de otras universidades, nos identificamos como "Desarrollo de Principios Metodológicos para la web en Colombia", el cual inicia su labor desde el año 2012. Los integrantes que conforman el semillero de investigación son: Elena Bernal, estudiante de Tecnología en Realización de Audiovisuales y Multimedia-Producción de imagen fotográfica Manuel Leonardo Bohórquez, Vanessa Torres, Heliana Hernández egresados del programa Tecnología en Realización de Audiovisuales y Multimedia, Laura Camila González Santiago Gómez Damelines, egresados del programa Tecnología en Realización de Audiovisuales y Multimedia y actualmente estudiantes de Diseño Gráfico, July Rodríguez egresada del programa de Realización de Audiovisuales y Multimedia y Diseño Gráfico; Cintia Obando, estudiante invitada de Producción de Medios Audiovisuales Digitales del SENA, Nelson Baquero estudiante invitado de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás.

Contamos con la Asesoría de la profesora investigadora principal Silvia Buitrago, y los docentes co investigadores Ricardo Cantor, en la asesoría de la producción del piloto para la serie web, Diego Sosa en el proceso de corrección y adaptación del guión en desarrollo, Daniel Salamanca como apoyo en la parte de interactividad. Este equipo de investigación, tiene como

proyecto, la realización de la serie web PAPERMAN COMO SOBREVIVIR A LA PRIMERA TOMA.

El guión fue escrito por July Rodríguez, Cintia Obando, Heliana Hernandez, quienes desde el 2010 sentaron las primeras bases de la historia de la mano del docente Erick Leyton el cual, tiempo después no pudo continuar. Posterior a esto la profesora Silvia Buitrago basándose en el surgimiento de nuevas formas de narrar acogió este texto para trabajar la ejecución de la serie, mostrando que tiene otros matices para explorar como lo son la interactividad y el transmedia. La metodología a seguir en el grupo es en primer lugar leer y aprobar el texto para trabajar el proyecto. Teniendo como punto de partida el guión, se trabajó en la conceptualización y socialización de textos de autores que se desempeñan en estas áreas, sobre este aprendizaje trabajamos elaboración de categorías (dispositivo, usuario, convergencia de medios, interactividad, web), análisis de series web y diversos trabajos audiovisuales que evidencian factores analizados en el proceso de investigación, creación colectiva de nuevos conceptos. Posteriormente se realizaron entrevistas a los autores de proyectos audiovisuales colombianos, en donde se ve reflejado el factor de la interactividad.

Como semillero de investigación durante el año 2012 tuvimos la oportunidad de asistir al laboratorio nacional de emprendimiento C3+d: Creación, Cultura y Contenidos Digitales en el mes de noviembre, participamos en la feria de la creatividad la innovación y el emprendimiento de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. En el año 2013 expusimos nuestro proyecto en el primer encuentro de semilleros de investigación y creación de la Tadeo en el mes de mayo, participamos en el encuentro regional de semilleros organizado por la Universidad Manuela Beltrán, estuvimos presentes en el festival de la imagen realizado por el Departamento de Diseño Visual de la Universidad de Caldas, Manizales.

La principal motivación de nosotros como semillero de investigación radica en que nos venimos cuestionando sobre los procesos de producción audiovisual de la última década, hemos notado que la producción audiovisual ha atravesado numerosos cambios tanto en su técnica como en su fundamentación teórica, la multiplicidad de formatos, géneros y plataformas involucradas les ha significado a realizadores y productores una reconsideración de los modos de narrar y de estructurar su discurso. En este recorrido, la interactividad digital, entendida como el proceso donde el usuario puede relacionarse recíprocamente con personas o sistemas por medio de productos digitales, juega un papel destacado.

La masificación del acceso a Internet y la capacidad adquisitiva del dispositivo o medio para visualizar el producto, son determinantes, pues ofrecen la oportunidad de crear productos interactivos que pueden ser personalizados y colaborativos, convirtiéndose en una alternativa al modelo de producción y consumo tradicional, el cual está claramente decayendo.

Por lo anterior nuestra pregunta de investigación es ¿Cuáles son los cambios que están experimentando los medios de narración y realización audiovisual en los escenarios de hipermedia de la creación audiovisual en la web?

Las características propias de cada proyecto audiovisual interactivo para la web condicionan su producción, lo que dificulta establecer un único proceso metodológico, sin embargo, se pueden proponer elementos comunes como cambios en los tiempos de realización, mayor nivel de interdisciplinariedad, modificaciones en jerarquías de los roles de producción, nuevas dinámicas de financiación y distribución y, principalmente, una redefinición del espectador, quien se convierte en un usuario vital que interviene en el desarrollo de la diégesis.

DISCUSIÓN REFLEXIÓN

Desde la antigua Grecia el hombre ha hecho representaciones y recreaciones – teatro- de la realidad que tiene a su alrededor. Realidad que analiza; critica o anhela, algunas veces por que no está conforme otras veces porque representa mundos imaginarios, ideales que quisiera hacerlos propios.

En la edad media en España las representaciones teatrales aunque fueron populares se hicieron con temáticas puramente religiosas, que salían de ideologías dominantes como el Clero. En el Renacimiento del siglo XVI y el Barroco del siglo XVII la especialidad del teatro fue dada a los dramaturgos quienes inspirados en el teatro de la antigüedad clásica utilizaron un lenguaje cuidadoso, de mucha armonía y belleza, fue un teatro refinado para públicos exclusivos (Shakespeare – Molière). Entre el siglo XIX y XX Henrik Ibsen uno de los exponentes del teatro moderno, cultivó el teatro de ideas y problemas morales considerado una síntesis simbólica.

Un somero recorrido histórico nos ubica en la relación social del hombre y sus representaciones, relación que hasta el momento era distante, bien fuera por una ideología dominante, por el conocimiento del lenguaje o por el manejo exclusivo de las ideas.

Vemos de esta manera que quedaba en manos de pocos la creación del texto literario, de los personajes, de cada idea, para montar en el escenario un mundo creado y manejado por una sola persona – el director-, para un público únicamente observador. La relación social entre actor director y espectador era entonces pasiva. Además, teniendo en cuenta que en el momento no había mujeres dedicadas a la dirección teatral y que los asistentes a un espectáculo teatral (en Colombia por ejemplo) eran élites, podemos decir que el público espectador era también exclusivo y excluyente.

Con el surgimiento del cine y la televisión en el siglo XX, se transforman las creaciones y representaciones, para llevar al espectador a otros universos. La televisión ha conseguido que, lo que antes no podía llegar de forma directa a cada espectador, ahora fuera posible difundirlo masivamente. La combinación de la emisión de voz (sugestiva, persuasiva, emotiva), imagen y movimiento (proxemia) estaba unida al hecho de que se podía oír, ver y seguir la diégesis desde la comodidad de cada hogar. La televisión era asequible entonces, a todas las edades, a todas las inteligencias, a todos los niveles culturales, y permitió la apropiación individual o colectiva gracias también a un lenguaje cotidiano. El analfabeto o alfabeto, ese hombre o esa mujer para quién estaba alejado el teatro, para quien se había creado una barrera cultural y social, ahora con la televisión todos eran susceptibles de ser tocados por el universo creado por un director.

El cine en sus orígenes conmocionó al público con imágenes reales en movimiento. En 1896 Georges Méliés demostró que el cine no solo servía para reproducir la realidad, sino para falsearla. En 1903 Edwin Sporer dio origen al cine de ficción, incluía innovaciones como el montaje de escenas filmadas en distintos momentos y locaciones componiendo la unidad narrativa. El cine fue y es una **actividad colectiva**, en la apreciación, que ofrece una experiencia única no sólo por la permanencia dentro de una sala de cine, (la sonoridad, la visualización, lo que afecta los sentidos), sino que cada proyección generada provoca un impacto cada vez diferente, una experiencia nueva.

Había cambiado en el espectador la forma de ver la creación de mundos imaginarios para su diversión y entretenimiento, pero contar historias seguía siendo la razón de ser del cine y uno de los objetivos de la televisión. La narración que era únicamente, hasta el momento para la literatura y específicamente para la dramaturgia, amplió sus géneros. En el teatro era posible impactar al receptor con la tragedia, la comedia, el drama pero el cine

amplió y clasificó dentro de sus historias el drama, el suspenso, el horror, la acción etc..., especializado para cada gusto del público.

Cada encuentro con una película, con una telenovela o serie televisiva va formando espectador para tener criterio y apreciar lo que ve, ese criterio puede ser como se vea reflejado en la historia, la acción, el escenario, la fotografía; no sólo lo va formando sino que lo va transformando. El espectador de hoy no valora de la misma manera las películas musicales de los años 80 a, si hoy se hiciera y valorara la misma temática, hoy hay otras expectativas. La televisión en Colombia saturó al espectador en los años 80 y 90 de temáticas románticas con producciones mexicanas y venezolanas, hoy día, se comenta la saturación de narco novelas.

Cambian los hechos políticos y sociales, cambia también la sociedad y los intereses de las personas, y el libretista tiene que sorprender con historias cada vez más impactantes, tomando situaciones de la realidad local y universal para lograr su objetivo.

Sin embargo para que surja una historia para el cine y la televisión tan sólo hay uno o pocos creadores por cada película o producción televisiva. Ellos son como “dioses” que manejan cada situación, cada personaje, de acuerdo a su ideología, a su forma de ver la vida y a la forma como quieren que todos vean su realidad. Aunque para algunos creadores y directores también juega un papel protagónico la intervención de creadores de ambientes, de escenarios, de camarógrafos, de escenarios, de actores y otras personas que pueden ayudar a complementar su creación, a pesar de ser una acción-creación-producción colectiva, no dejarían que la historia se desvíe tanto de su original estado de creación, siempre habrá un control “En realidad, para hacer una película, necesitas un equipo compuesto de seres humanos. Y los seres humanos no pueden controlarse al cien por cien [...] Finalmente, para llevar estas ideas aún más lejos es difícil decir qué grado de control puede tener uno

sobre la idea básica del filme [...] Por consiguiente, el cine es exploración por encima de todo. Haces películas por razones puramente personales, para descubrir cosas por ti mismo. Es un proceso íntimo que, de forma irónica, ocurre a través de un medio de expresión que debe tener por objetivo el público más amplio posible. Es algo que haces para los demás, pero sólo funciona si estás convencido de que es únicamente para ti”¹

Cine y televisión en su producción tienen caminos diferentes en su producción, crean ambientes propios de cada medio, nuevos campos y equipos de trabajo, nuevos roles, distintos tiempos, pero siempre ha de predominar el hecho de tener una historia por la cual trabajar, propósito que ha de condicionar de modo autónomo su realización.

En el siglo XXI hemos venido experimentando cambios a grandes velocidades sobre todo en las comunicaciones, estas han ido mutando de lo convencional de los medios tradicionales a los nuevos medios -era digital-, esta evolución tecnológica trae consigo la facilidad de almacenar y tener acceso a todo tipo de información (social, cultural, de ocio, entretenimiento etc), de compartir contenidos, la portabilidad, en dispositivos pequeños, ver lo que el usuario quiera en su propio horario. Para estos nuevos medios surgen nuevas plataformas, nuevas herramientas como el uso de smartphones, tablets, widgets y demás, que permiten generar un nuevo **universo** para los usuarios de la nueva era. Esta reciprocidad entre usuario, contenido y dispositivo hace que se tenga un vínculo más íntimo entre producción ofertada y el usuario, de manera que este tenga un espacio de participación, de retroalimentación.

Aprovechando el surgimiento de estas nuevas tendencias, las personas que laboran en diversas áreas como la tecnología, el diseño y el audiovisual han venido analizando que con este fenómeno mediático hay posibilidad de crear nuevos espacios y nuevos productos de consumo gráfico/audiovisual como lo

TIRARD, Laurent. Lecciones de cine. Editorial Paidós comunicaciones, Buenos Aires:98-99

son las series web. Algunas quedan netamente en lo web, otras con contenido interactivo y... ¿por qué no, pensar en que tengan el factor transmedia?. Como ejemplo quiero referir el proyecto audiovisual EL CHARCO AZUL, web documental.

Producciones como las que actualmente se están desarrollando y algunas sólo de índole netamente web se han vuelto de fácil acceso y consumo pues hacen que el usuario logre un nivel de inmersión, fidelidad e interactividad con el producto a ofrecer, generando nuevas experiencias y nuevas formas de narrar. Es acá donde nace el interrogante para todo aquel que trabaje en estos sectores, pues debe empezar a cuestionarse sobre las **dimensiones** que empiezan a tomar estas nuevas formas de creación y los vínculos que se empiezan a desarrollar entre la serie y el usuario.

Desde estos nuevos conceptos en el trabajo audiovisual es que se construyen proyectos para la realización de series web. Empezando por un espacio en la web que permita aportarle al usuario una historia para que el usuario intervenga con algunos mecanismos de participación, retroalimentación, y dependiendo del proyecto, se añada la creación colectiva. Pues de algunas experiencias de trabajos audiovisuales/interactivos realizados, encontramos cosas como; un factor primordial es la novedad, entre más se tenga un nivel inventivo más fácil será buscar qué plataformas se pueden adoptar, pues no todo medio sirve para un mismo fin. Lo siguiente será los tiempos de trabajo, pues proyectos de esta índole demandan una producción más extensa que la de cualquier trabajo audiovisual convencional, otro factor, la periodicidad de emisión, esta puede variar, pues será el mismo proyecto el que nos determine la frecuencia con que se transmitirá.

Está claro que este fenómeno mediático empieza a impactar en el primer instante, en donde el usuario es capturado por la HISTORIA, la verosimilitud y factores claves como el CONTROL que se le otorga al usuario, pues si bien

vale la pena resaltar que el iniciador creador de la historia y el contenido, es el que establece desde su inicio la ruta que el consumidor ha de seguir, vale la pena tener claridad de no interpretarse que el consumidor es quien tiene el poder absoluto de la historia. Desde el campo de trabajo de quienes nos dedicamos a esto tenemos la convicción de que el usuario reciba la historia de la manera en que la queremos contar y que ellos encuentren todas las posibilidades para desarrollarla, llevando a su punto máximo el progreso de la narración y estrechando los lazos entre el creador y el usuario/consumidor.

CONCLUSIONES

A pesar de que los nuevos medios tienen otros alcances, la imagen, el movimiento, la sonoridad siguen siendo un lenguaje con que el hombre transforma su realidad simbólicamente para darle sentido al mundo natural y social.

Las historias se siguen manteniendo como principales protagonistas, sin importar los cambios y evoluciones que tengan los medios y los dispositivos.

Los medios de comunicación han tenido una preocupación constante por incentivar el consumo de productos. El consumo de productos pierde un poco la importancia en los nuevos medios y gana importancia el consumo de contenidos.

Con estas nuevas formas de generar relatos, la creatividad y el proceso de construcción colectiva se acerca más al usuario, quien de acuerdo a las posibilidades de la narración le otorga un espacio de productor (prosumidor) sin perder la calidad de consumidor.

El receptor/usuario ha cambiado, ha desarrollado más criterio para ver y analizar productos audiovisuales.

Las series web interactivas estimulan la participación del usuario, obliga de alguna manera a las personas a reflexionar, a pensar y a coordinar cada palabra, cada frase, que quiera plasmar de su pensamiento, sobre todo cuando

la creación es colectiva, afianza su pensamiento para que lo distinga de los demás.

BIBLIOGRAFÍA

JENKINS, Henry. 2008. Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

MANOVICH, Lev (2006). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Editorial Paidós comunicaciones, Buenos Aires.

PISANI, Francis y PIOTET Dominique. 2009 (e.o.2008). La alquimia de las multitudes: cómo la web está cambiando el mundo. Barcelona: Paidós Ibérica

SCOLARI, Carlos. 2008. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.

TIRARD, Laurent (2002). Lecciones de cine. Editorial Paidós comunicaciones, Buenos Aires.