

**Título:** NUEVOS MODOS DE HACER: MÉTODOS DE PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES INTERACTIVOS EN COLOMBIA.

**Autor:** SILVIA NATALIA BUITRAGO GUZMAN

**Institución:** UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

**Tipo de vinculación:** PROFESOR ASOCIADO I - REALIZACIÓN DE AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA

**Ciudad:** BOGOTÁ

**País:** COLOMBIA

**Correo electrónico:** silvia.buitrago@utadeo.edu.co

**Mesa temática:** 2. Diseño y desarrollo de productos Interactivos

**Resumen:** Es incuestionable que desde la última década, 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, y la masificación del acceso a Internet, son determinantes, pues ofrecen la oportunidad de crear productos interactivos que pueden ser personalizados, ubicuos y colaborativos, convirtiéndose en una alternativa al modelo de producción y consumo tradicional, el cual está claramente decayendo.

El anterior escenario motiva la investigación “Desarrollo de principios metodológicos para la realización de contenidos audiovisuales para la web en Colombia” desarrollado al interior de la Tecnología en Realización de Audiovisuales y Multimedia de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

La presente ponencia tiene como objetivo socializar las reflexiones hechas durante el proceso investigativo, aún en curso.

**Palabras clave:** Interactividad, producción audiovisual, usuario.

Es incuestionable que desde la última década, 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, y la masificación del acceso a Internet, son determinantes, pues ofrecen la oportunidad de crear productos interactivos que pueden ser personalizados, ubicuos y colaborativos, convirtiéndose en una alternativa al modelo de producción y consumo tradicional, el cual está claramente decayendo.

El anterior escenario motiva la investigación “Desarrollo de principios metodológicos para la realización de contenidos audiovisuales para la web en Colombia” desarrollado al interior del Semillero de Investigación en Desarrollo de Audiovisuales Interactivos para la Web de la Tecnología en Realización de Audiovisuales y Multimedia de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, que tiene como propósito proponer principios metodológicos que posibiliten la producción de contenidos audiovisuales interactivos para la web, teniendo en cuenta abordajes teóricos sobre el tema y experiencias puntuales de realización en nuestro país.

La presente ponencia tiene como objetivo socializar las reflexiones hechas durante el proceso investigativo, aún en curso.

## **PUNTOS DE PARTIDA CONCEPTUALES**

La tecnología cambia la forma en que los espectadores ven y experimentan una historia, esta afirmación, al momento de referirnos a los audiovisuales interactivos en la web, ha significado la redefinición de conceptos como *usuario*, *dispositivo*, *convergencia de medios*, *interactividad* y *web*. Para dar comienzo a nuestra reflexión decidimos al interior del semillero establecer dichas nociones como categorías centrales de análisis de nuestra investigación.

Para abordar el término *usuario*, es relevante detenerse en el rol capital que Internet, como medio innovador y revolucionario, ha jugado en relación al contenido informático que maneja y a las posibilidades de acceso que ofrece. Su existencia, a la vez que el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación ha generado cambios drásticos en la definición de usuario, la cual adquiere rasgos más activos y participativos, siguiendo lo propuesto por Francis Pisani y

Dominique Piotet (2009)<sup>1</sup> el usuario puede convertirse en un actor de la web, un “*webactor*”, un receptor activo, capaz de generar, producir, modificar, discutir, promover y comunicar el contenido de la información.

La presencia del “*Webactor*” establece un punto de quiebre en la historia de las tecnologías de la información y de la comunicación, su rol es considerablemente diferente al de aquel internauta, quien a pesar de la rapidez y fluidez que ofrecía Internet, poco aprovechaba sus potencialidades bidireccionales. En el caso puntual de los audiovisuales interactivos en la web, estos constituyen una posibilidad para que el usuario ingrese al universo diegético de cada producción, tome decisiones que modifican su línea narrativa, privilegiando el intercambio, la participación y la creación de nuevos relatos, experimentando así las múltiples transformaciones de su papel.

Hablar del usuario y de su relación con las tecnologías de la información y la comunicación, nos lleva a detenernos en los *dispositivos* como los mecanismos necesarios para estar al alcance de la información global.

Desde principios de los 80, cuando se dio la revolución de la microinformática hasta la creación de los primeros dispositivos móviles (Teléfonos celulares, PDAs – computadora de mano, y Consolas), los avances tecnológicos han ido impulsado numerosas transformaciones en los hábitos y rutinas de las personas. En el caso particular del consumo de contenidos, particularmente las producciones audiovisuales, la posibilidad de acceder a aplicaciones que permitan la reproducción de música y video en smartphones, tabletas y consolas de videojuegos, junto a la creación de nuevos lenguajes de programación<sup>2</sup> que posibilitan el funcionamiento de múltiples aplicaciones relacionadas con la creación, modificación e intercambio de imagen, sonido y video, han logrado que los ojos del quehacer audiovisual se vuelquen sobre los dispositivos móviles. En este sentido, son factores determinantes características como el tamaño, resolución y sensibilidad de la pantalla, las aplicaciones y formatos que soporta el dispositivo, así como su capacidad y facilidad de acceso a Internet.

---

<sup>1</sup> PISANI, Francis y PIOTET, Dominique. (2009) (e.o.2008). La alquimia de las multitudes: cómo la web está cambiando el mundo. Barcelona: Paidós Ibérica.

<sup>2</sup> Symbian, Windows Mobile ,Android, iPhone OS, Blackberry OS, Linux, Palm OS24 y el Java Me ó J2ME25, entre otros

La construcción de historias colectivas por parte de los usuarios a través de los diferentes dispositivos ha ido aumentando de manera significativa en la última década. Estos participativos modos de narrar demandan, para su evolución, interacciones y diálogos constantes entre los diferentes medios. Siguiendo esta línea, la convergencia de medios como flujo donde intervienen y confluyen múltiples plataformas e industrias, es un concepto capital para comprender las nuevas lógicas de creación audiovisual.

Henry Jenkins (2008)<sup>3</sup>, desarrolla este concepto en relación a tres nociones: Convergencia Mediática<sup>4</sup>, Cultura Participativa<sup>5</sup> e Inteligencia Colectiva<sup>6</sup> otorgándole gran relevancia a la participación activa de la audiencia, puesto que su comportamiento migratorio, principalmente en busca del entretenimiento, es el motor de dicha convergencia y representa un cambio cultural que conecta contenidos aparentemente dispersos. Sin embargo, es importante aclarar que no todos los usuarios tienen la misma capacidad de participación y que cada uno de los conocimientos individuales adquieren otra dimensión al unirse, de esta manera, el conocimiento colectivo constituye una forma de participación de las audiencias.

La convergencia de medios ha posibilitado que el *Transmedia* y el *Cross.-media*, se instalen como formas de narrar que proporcionan elementos integrales de una misma historia a través de múltiples plataformas, estos conceptos están en permanente definición y discusión por parte de teóricos, adicionalmente los realizadores hacen uso de otros términos relacionados en sus procesos de producción<sup>7</sup>. Sin embargo, es necesario hacer una aproximación a su definición; en el *Crossmedia*, una misma historia se interpreta de modos independientes en diferentes medios, mientras que en el *Transmedia* varias historias se fijan en un universo diegético y cada una de

---

<sup>3</sup> JENKINS, Henry. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

<sup>4</sup> “Situación en la que coexisten múltiples sistemas mediáticos y en la que los contenidos mediáticos discurren con fluidez a través de ellos. Es un proceso o una serie de intersecciones entre diferentes sistemas mediáticos, no como una relación fija” (Jenkins, 2008, P. 276)

<sup>5</sup> “Cultura en la cual se invita a los fans y a otros consumidores a participar activamente en la creación y difusión de nuevos contenidos” *Ibid* (Jenkins, 2008, P. 277)

<sup>6</sup> “Término de Pierre Lévy para referirse a la capacidad de las comunidades virtuales de estimular el conocimiento y la pericia de sus miembros, a menudo mediante la colaboración y deliberación a gran escala. Levy concibe la inteligencia colectiva como una nueva forma de poder que opera junto el poder de las migraciones nómadas, el Estado-nación y el capitalismo mercantil” (Jenkins, 2008, P. 280)

<sup>7</sup> Como Narrativa aumentada, narraciones 360 grados, multiplataforma, multimodalidad, por nombrar algunos.

ellas se narra a través de diferentes medios, dando lugar a entrecruzamientos de tramas y contenidos.

En suma, la convergencia de medios se manifiesta a través de experiencias integradas e interactivas que ocurren a través de múltiples plataformas y tienen la capacidad de sumergir al usuario en un universo diegético al que puede acceder por medio de diferentes puntos de entrada. Para que este escenario cobre un mayor sentido deben vincularse dos nociones fundamentales que lo atraviesan: La *interactividad* y la *web*.

Respecto al primer término, son muchos los autores que han reflexionado alrededor, Lev Manovich (2006)<sup>8</sup> hace mención al “Mito de la interactividad”, explicando que para él carece de sentido caracterizar a los medios informáticos como interactivos, debido a que la interactividad ha estado presente desde el arte clásico y moderno por medio de la ausencia de detalles en objetos de arte visual, la elipse en la narración literaria, las técnicas de puesta en escena en la pintura y el teatro, los recorridos que el usuario debe hacer en la escultura y la arquitectura para experimentar espacialmente su estructura. Estos elementos que Manovich denomina “Atajos” de la representación, le demandan al usuario que realice la acción de completar la información que hace falta. A este listado podríamos añadir en cuanto a la representación audiovisual, el fuera de campo, el efecto Kuleshov<sup>9</sup>, y todo lo que la técnica del montaje cinematográfico ha significado para el espectador. Estas estrategias junto a formas de representación claramente participativas como el happening, la instalación o el performance posibilitaron para el autor el escenario donde surgieron las instalaciones interactivas con computadores en la década de los ochenta.

La interactividad como capacidad de una tecnología mediática, responde para Henry Jenkins (2008)<sup>10</sup>, a una relación con el consumidor, cuya participación se va transformando en la medida en que accede a los vínculos creados. Esta retroalimentación, apunta a la personalización del mensaje, pues implica un recorrido de decisiones tomadas que enfocan la dirección del sistema hacia un grupo de usuarios con características específicas.

Es relevante detenerse en la relación que el autor establece entre la interactividad y la participación, dos términos que no los asume como sinónimos, pero los vincula en un mismo

---

<sup>8</sup> MANOVICH, Lev. (2006). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Barcelona: Paidós.

<sup>9</sup> Experimento realizado por uno de los pioneros del cine soviético, Lev Kuleshov donde se analiza la tendencia del espectador a leer textos yuxtapuestos como uno solo construyendo a partir del proceso una historia

<sup>10</sup> JENKINS, Henry. (2008). Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

evento mediático, planteando que los medios avanzaran hacia una gestión de la interactividad que propenderá en una optimización de los contenidos que cada usuario aporta, de esta manera la participación se volverá más multidireccional y compleja.

Jenkins vincula interactividad y participación a lo que denomina “*Cultura de la Convergencia*”, aquella explosión de nuevas creatividades donde los usuarios, ahora productores, crean y distribuyen de manera activa y colectiva sus contenidos, comprometiéndose y otorgándole sentido a las creaciones que circulan por los medios. Este universo de productos no está basado en la lógica broadcasting, sino en modelos de comunicación fundados en las redes y la colaboración de usuarios.

Carlos Scolari (2008)<sup>11</sup> propone en su análisis de la comunicación digital interactiva, dejar atrás el estudio de los medios como objetos y concentrarse en analizar los procesos, a los que llama hipermediaciones<sup>12</sup>, estos nuevos modelos interactivos se tienen como principales características la hipertextualidad entendida como la ruptura en la linealidad del texto tradicional, la reticularidad donde el esquema de uno a muchos pasa a ser de muchos a muchos, la multimedialidad que permite difundir información de distintos medios en un mismo soporte y la producción que ahora es más cooperativa con un receptor activo en la creación.

El recorrido por estos 3 autores nos ha permitido afirmar hasta el momento que la interactividad es un concepto en construcción constante y que en relación a la realización de audiovisuales interactivos, se constituye en un elemento central del universo diegético, no se limita a los vínculos que posibilitan la navegación y se relaciona de manera directa con el efecto que se ejerce sobre el navegante y modifica la narrativa del relato, guardando con este un vínculo fundamental, pues determina hasta qué punto el usuario puede intervenir en la historia.

Respecto a la *web*, en sí misma es mucho más que un sistema de distribución de información, constituye un entramado de sentidos y narraciones, que a través de sus sitios ofrecen al usuario infinitas interacciones.

Como sistema múltiple y virtual, la *web* no se construye en pantalla, sino a partir de sus reflejos, imágenes e intervenciones de los usuarios a través de sus mensajes, estableciendo la

---

<sup>11</sup> SCOLARI, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

<sup>12</sup> “*Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí*” (Scolari, 2008, P 14.)

conversación como modelo de comunicación de la web. Se trata entonces de co-encontrarse con el otro, ser-ahí-con, pues el mensaje que uno transmite cobra sentido al complementarse con la recepción del otro.

## **EXPERIENCIAS ENCONTRADAS**

En Colombia, las realizaciones audiovisuales en la web que vinculan la interactividad son relativamente recientes, el sector ha visto en Internet una oportunidad para llegar a más público, dar a conocer de manera más efectiva sus producciones y desarrollar relaciones más cercanas y afectivas con los usuarios, sin embargo, la inclusión de la interactividad en las producciones aún es tímida. La búsqueda, que no ha terminado, ha arrojado ejemplos significativos enfocados hacia la realización documental como “*Meandros*”<sup>13</sup>, producción que recorre el departamento del Guaviare a través de las percepciones de múltiples personajes e historias que habitan el territorio, “*Reportajes 360 grados*”<sup>14</sup>, piezas periodísticas periódicas desarrolladas por el Diario *El país* de la ciudad de Cali y “*El charco azul*”<sup>15</sup> realización que narra la historia de 11 habitantes de una vieja casa ubicada en el camino que conecta el puerto de Buenaventura y la selva.

Hasta el momento en el que se encuentra el proceso investigativo, teniendo como base las categorías construidas a partir de los autores que abordan el tema y los análisis realizados a las experiencias encontradas hasta el momento, se pueden identificar elementos metodológicos en la producción como cambios en los tiempos de realización, mayor nivel de interdisciplinabilidad, modificaciones en jerarquías de los roles involucrados en la realización, nuevas dinámicas de financiación y distribución y, principalmente, una redefinición del espectador, quien adquiere mayor protagonismo, transformando la relación triádica entre realizador-obra-audiencia y convirtiéndose en un elemento determinante del desarrollo de la diégesis.

---

<sup>13</sup> [www.meandrosdoc.com](http://www.meandrosdoc.com)

<sup>14</sup> [www.elpais.com.co/reportaje360/](http://www.elpais.com.co/reportaje360/)

<sup>15</sup> <http://www.elcharcoazul.co/>

## **BIBLIOGRAFIA**

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*. Barcelona: Paidós.

SCOLARI, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

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