

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA**

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa de Comunicación Social



Universidad Cooperativa  
de Colombia

INFORME AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN: APOYO EN AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN DE LA  
INVESTIGACIÓN “EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA EN LA EXPANSIÓN  
NARRATIVA DEL DOCUMENTAL TRANSMEDIA ‘MUJERES EN VENTA’”

**Preparado por:**

**Karina Díaz Rodríguez**

**Juan Pablo Morantes**

**Bogotá, D.C – Colombia**

**Año 2018**

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA**

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa de Comunicación Social

INFORME AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN: APOYO EN AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN DE LA  
INVESTIGACIÓN “EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA EN LA EXPANSIÓN  
NARRATIVA DEL DOCUMENTAL TRANSMEDIA ‘MUJERES EN VENTA’”

**Karina Díaz Rodríguez**

**Juan Pablo Morantes**

Autores

**Lida María Robelto**

Tutora Principal

**Bogotá, D.C – Colombia**

**Año 2018**

## **Dedicatoria**

Karina dedica este trabajo principalmente a Dios, por haberme permitido alcanzar este logro de forjar mi carrera hasta el último pico, también dedico esta investigación a mis padres (Olga y Luis) por apoyarme en todo sentido, por siempre estar pendientes de mis emociones para con la carrera que elegí, a mis hermanas a mi novio y mis mascotas, por darme el apoyo moral para continuar adelante con mis propósitos académicos, y de alguna manera por darme ese apoyo para no desfallecer en el intento.

Juan Pablo dedica este trabajo primero a Dios, ya por él pude lograr esta meta y mantenerme firme hasta culminar mi carrera, también dedico esta investigación a mi querida madre, que desde el cielo siempre ha sido un ángel para mí y mi motor para seguir adelante, agradezco también a mi querida abuela Marina y a mi tía Jacqui, porque han sido las personas que han hecho cosas extraordinarias, para sacarme adelante y ayudarme a creer a apoyarme y motivarme a cumplir mis sueños.

## **Agradecimientos**

*Karina*

Agradezco a la Universidad Cooperativa de Colombia sede Bogotá por brindarme la oportunidad de acceder a esta carrera que tanto anhelé estudiar, y a sus docentes y directivos por haber puesto un grano de arena para que yo como estudiante aprendiera mucho más de la vida y de esta carrera que me ha dejado cautivada.

Agradezco a mi mamá por levantarse a altas horas de la madrugada para hacer sus quehaceres, para que yo pudiera ir a la universidad, además, apoyarme económicamente para pagar semestre a semestre, junto a mi papá que me ayudó económicamente para asistir a clases, y me colaboró en algunos trabajos manuales para proyectos de fin de semestre.

Juan Pablo, mi compañero, mi amigo, mi partner, mi colega; a él agradezco por dedicarme tanto tiempo, por ser un amigo tan incondicional, por ayudarme en los momentos más difíciles, por darme ese apoyo que a veces tanto necesito, por siempre ser mi compañero de trabajos y nunca dejarme sola.

Mil gracias.

*Juan Pablo*

Agradezco a la Universidad Cooperativa de Colombia sede Bogotá, por abrirme sus puertas a esta universalidad del conocimiento, a esta carrera que considero un paso para convertirme en profesional y en un ser integral; a sus docentes y directivos, que cada uno en su hacer, lograron dejar huella en mi con su conocimiento y su talento como seres humanos.

Agradezco a mi madre Ana Elsy, a mi abuela Marina y a mi tía Jacqui, ya que estas tres mujeres son mi mayor motivación y inspiración, las que de una u otra manera hacen sacrificios y cosas extraordinarias para que sea feliz y este fue una de estas cosas, poder permitirme estudiar y lograr ser un profesional; querida madre, cumplí tú sueño, aunque no estés presente, sé que lo estás viviendo conmigo.

Karina, mi compañera, mi amiga, mi guapa, mi colega; a ella agradezco por estar conmigo incondicionalmente, por nunca dejarme solo, por ayudarme y acompañarme en los momentos más difíciles, por darme su apoyo y motivación siempre que lo necesito, por siempre ser mi compañera de trabajos, por ser la mejor de las mejores y mi amiga.

A todos, mil gracias.

## Contenido

Dedicatoria .....	3
Agradecimientos .....	3
Introducción .....	6
Referentes del Trabajo .....	7
Investigación de Referencia .....	7
Planteamiento del Problema .....	7
Objetivos .....	9
Objetivo general .....	9
Objetivos específicos.....	9
Marcos de Referencia .....	9
Transmedia .....	10
Crossmedia .....	10
Hipermediaciones .....	10
Documental Interactivo.....	10
Documental transmedia.....	11
Autocomunicación .....	11
Lo virtual.....	11
Estado del Arte .....	12
Propuesta metodológica general.....	13
Acuerdos de Participación.....	14
Propósitos.....	14
Marcos de Referencia .....	14
La Narrativa Transmedia .....	14
Hipermediaciones .....	16
Crossmedia .....	18
Multiplataforma.....	18
Herramientas web 2.0 y 3.0.....	19
Documental Interactivo.....	21
Diseño Metodológico .....	22
Análisis de contenido .....	25
Categorías de investigación.....	27

Microvideo.....	27
Formato .....	27
Audio .....	27
Imagen.....	29
Video .....	32
Narrativas .....	33
Desarrollo Metodológico .....	34
Aportes analíticos .....	40
Actividades .....	43
Cronograma.....	43
Resumen.....	44
Abstract .....	45
Conclusiones y Recomendaciones .....	46
Recomendaciones .....	46
Anexos.....	47
Bibliografía .....	48

## Introducción

En el marco de la Investigación realizada por la profesora e investigadora de la Universidad Cooperativa de Colombia, Lida Robelto, se busca como base principal realizar un análisis de contenidos, teniendo a la expectativa la construcción teórica de términos que son gran importancia para este trabajo que se está encaminando.

Como objeto se determina que el estudio está en la búsqueda de términos que son apropiados directamente bajo un trabajo producido por la Maestría en Comunicación Digital e Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina, con nombre propio “Mujeres en Venta”.

Esta investigación tiene como propósito principal demostrar las bases de los fundamentos de experiencias narrativas, conocidas como Narrativas Transmedia o en otros casos apropiado como Crossmedia, hay que tener en cuenta que el equipo de investigación se relaciona con las siguientes palabras Transmedia, Crossmedia, Hipermediaciones, Documental Transmedia y Tradicional, Narrativas, usabilidad e interacción todo con fin de hacer análisis de las mismas y posterior a esto, generar contenidos de comunicación digital, productos que desarrollen un nuevo conocimiento y contenidos digitales.

Nuestro propósito como estudiantes de Comunicación Social y auxiliares de investigación de este proyecto, es generar un análisis acerca de la comunicación transmedia y en específico los movisodios que están publicados dentro de la página principal de “Mujeres en Venta” ya una vez hecho el análisis se procede a la realización de un proyecto visual (Microvideos) que haga mención y énfasis de los procesos comunicativos de narrativas transmedia y formatos que fueron escogidos por los auxiliares de investigación de este proyecto, posterior a esto encaminar nuestro material para hacer eco de conocimiento y difusión usando la Comunicación Digital y la construcción narrativa ligado a la transmedia acerca del eje principal como lo es la comunicación digital.

## **Referentes del Trabajo**

Esta investigación, se apoya con base al segundo objetivo de la investigación macro; consiste en “Caracterizar la implementación de las herramientas tecnológicas y los formatos digitales que posibilitaron la intervención de la audiencia dentro de la creación y la narración”.

## **Investigación de Referencia**

### **Planteamiento del Problema**

El cine documental, así como el documental televisivo se ha producido para ser difundidos a través de las salas de cine o de la televisión. En cuanto al primero, su duración está sujeta a lo que sería un corto, medio o largometraje documental. Para el caso del segundo, la televisión le ha impuesto una duración máxima de media hora o de una hora para ser incluido en las parrillas de programación; así mismo, el documental para televisión puede ser de una sola emisión (que no hace parte de una serie distribuida en capítulos) o se puede concebir dentro de una serie documental.

El desarrollo de la multimedia en los 90s y la tecnología Flash, le permitió a los contenidos audiovisuales incorporar el hipertexto para darle la posibilidad a la audiencia de interactuar con el contenido, bajo una narración de tipo no lineal. (Scolari, 2013, p.197) Es decir, el espectador puede ahora elegir el orden por medio del cual consume los contenidos (ya no solo audiovisuales, sino también textuales, fotográficos, ilustraciones, entre otros) por medio de vínculos interconectados en donde ya no solo asiste a la proyección o difusión, sino a la interacción.

De esta forma el documental se comienza a alojar en sitios web y se da paso a una nueva era: el documental interactivo. (Scolari, 2013, p.197). Aquel que rompe las barreras de lo audiovisual, e incluye contenidos para que el usuario interactúe con la historia Sumado a ello, la masificación de internet trajo consigo la aparición de plataformas de video (Dailymotion, YouTube, Vimeo), las redes sociales, dispositivos móviles, nuevos formatos de contenido, entre otros desarrollos; los cuales cambiaron la producción y divulgación de contenido.

La aparición de estos nuevos medios, plataformas y dispositivos dentro del ecosistema mediático, les dan lugar a nuevas posibilidades narrativas a los formatos audiovisuales tradicionales, entre ellos al documental, gracias a la aparición de las narrativas transmedia.

Para Jenkins las narrativas transmedia expanden su contenido por varios medios y plataformas e involucran a la audiencia de una manera participativa (Citado por Corona, 2014, p. 4). El contenido puede comenzar en la televisión, pasar a los webisodios, a los libros, a las novelas, a las piezas gráficas, al documental y así sucesivamente de acuerdo a la cantidad de medios que se desee.

El carácter expansivo también ha influido en el documental. Este formato ha “evolucionado” a lo que se le conoce como documental transmedia, un ejemplo de este es “Mujeres en Venta”. Una producción que aborda la trata de mujeres en la ciudad de Rosario, Argentina, no solo a través de un documental para televisión; también a través de otros medios, los cuales gracias a la comunicación digital e interactiva hicieron posible que el contenido se haya expandido a un documental interactivo, un cómic seriado (digital e impreso), afiches en vía pública con interacción usando realidad aumentada, un mapa interactivo, movisodios (videos cortos para ser vistos por el celular), y finalmente estrategias en las redes sociales Facebook y Twitter.

Teniendo como base el caso de “Mujeres en venta” y su expansión narrativa influenciada por la comunicación digital e interactiva, se hace necesario plantear la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es el papel de la comunicación digital e interactiva en la construcción narrativa del documental transmedia “Mujeres en Venta”?

Este documental transmedia surge en la Universidad Nacional de Rosario, en la República Argentina. Es una de las producciones transmedia nacidas tanto en la Especialización como la Maestría en Comunicación Digital e Interactiva que ofrece ésta Universidad; pionera en Latinoamérica no solo en cuanto a la enseñanza sino también en la producción intelectual sobre este tipo de narrativas.



## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Identificar el papel de la comunicación digital e interactiva en la construcción narrativa dentro del documental transmedia “Mujeres en venta”.

### **Objetivos específicos**

Determinar las posibilidades narrativas que añade la tecnología digital e interactiva propia del documental transmedia al documental tradicional de acuerdo al caso seleccionado.

*Caracterizar la implementación de las herramientas tecnológicas y los formatos digitales que posibilitaron la intervención de la audiencia dentro de la creación y la narración.*

Consolidar una propuesta divulgativa que recoja el proceso para la incorporación de las herramientas propias de la comunicación digital e interactiva, dentro del proceso de creación de documental transmedia.

## **Marcos de Referencia**

La base teórica de la presente investigación se fundamenta en la Ecología de medios. Scolari (2015, p. 28) defiende esta teoría, por medio de la cual se realiza una metáfora de un ecosistema biológico aplicado al estudio de los medios, en donde se busca que cada medio y su contenido no sean estudiados de manera aislada, sino dentro de un ecosistema en el que conviven múltiples medios y dispositivos que experimentan relaciones similares a los de las especies en un ecosistema biológico (Scolari, 2014): un medio domina a otro (internet a la televisión), varios medios se fusionan (la convergencia de radio, tv y en prensa en internet) o se transforman algunos de ellos con la llegada de uno nuevo (el cine mudo pasó a ser sonoro).

Para la presente investigación acudiremos a algunas categorías de análisis de base, que nos servirán de eje articulador. Ellas, por validez científica provienen en esencia de autores que las han propuesto y validado en la comunidad académica. Para nuestro caso particular estas categorías son los insumos centrales para construir la teoría. Algunos de ellos nos servirán para apoyarnos en la descripción de las categorías emergentes.

## **Transmedia**

Henry Jenkins definió las narrativas transmedia como aquellas que cumplen dos requisitos, por un lado, utilizan tres o más medios o plataformas en su expansión, y por otro, aprovechan el carácter participativo que pueden llegar a tener los usuarios – audiencia, de tal manera que esta se apropia del contenido, lo reelabora, lo amplía, lo redistribuye y hasta lo expande (Corona, 2014, p. 4). Eso quiere decir que un universo narrativo puede comenzar en un cómic, luego pasar a una serie de televisión, un filme, un webisodio. Para ello, el contenido debe ser “líquido”, adaptable a cada uno de los medios o plataformas, de tal manera que tenga un carácter “serial”, pero a la vez distinto en cada medio (Scolari, 2013, p. 39).

## **Crossmedia**

Se trata de una producción que va por varios medios al igual que la narrativa transmedia, pero se diferencia de esta en que los medios se apoyan uno al otro; es decir, se concibe como “una producción integrada ... los contenidos se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos ... el uso de más de un medio debe servir de soporte a las necesidades de un tema/historia/objetivo/mensaje” (Bourans citado por Scolari, 2013, p. 27).

## **Hipermediaciones**

Carlos Scolari, (2008. p. 113) en su texto “Hipermediaciones” propone que éstas se deben entender como “la suma entre el hipertexto más la multimedia”. Se deduce, según el mismo autor que aquellas son una extensión del hipertexto, en la medida en que una y otro concepto remiten a la dimensión interactiva. Así como el texto, tipográfico o digital remite a otros textos, a otros autores. La multimedialidad tiene como principio simular la interacción con otras herramientas cibernéticas.

## **Documental Interactivo**

“Las nuevas formas de comunicación digital hicieron que el documental tradicional evolucionara hacia el llamado interactive documentary, un relato de base hipertextual ... en el cual el contenido se fragmenta y el usuario debe navegar por en una red” (Scolari, 2013 p.197) en la que ya no solo encuentra contenido audiovisual, sino que también tiene la posibilidad de

decidir qué contenido consume del abanico de posibilidades de tipo multimedial que a menudo están alojadas en un sitio web.

### **Documental transmedia**

Al referirse a transmedia, implica que trae consigo una expansión narrativa, es decir que el contenido multimedial ya no está centralizado como sucede en el documental interactivo, sino que se expande a varios medios offline y online en donde dicho contenido se adapta a cada medio (Scolari, 2013, p. 87), por ello, “el documental transmedia va más allá y lleva sus contenidos a medios y plataformas, buscando siempre la complicidad de los prosumidores” (Scolari, 2013 p. 197 - 198). Es decir, debe involucrar a la audiencia en su expansión narrativa.

### **Autocomunicación**

En el conjunto de su obra, Castells (2010 p. 88 – 108) ha advertido que un mundo de comunicación unidireccional la comunicación de masas está siendo puesta en cuestión, por el desarrollo simultáneo de una cultura de la libertad individual y de las tecnologías de la comunicación digital. De igual modo, el autor plantea como aspecto fundamental las prácticas, los usos y la diversidad de funciones que los migrantes o nativos digitales deciden producir a través de internet y sus aplicaciones, más que de la televisión, la radio o la prensa tradicional. Ello remite a según el propio Castells a una economía de la comunicación en la que los mensajes producidos fuera de intereses corporativos, o mejor desde las particularidades individuales o los intereses locales tienen la intencionalidad potencial de llegar a una audiencia global.

### **Lo virtual**

Categoría propuesta por Pierre Lévy, quien la define en su obra “¿Qué es lo virtual?” (1999. P. 8) como una potencia digital que abre posibilidades de creación de otra realidad, “lo virtual, en un sentido estricto, tiene poca afinidad con lo falso, lo ilusorio o lo imaginario. Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la

superficialidad de la presencia física inmediata” (1999. P. 8). La categoría de lo virtual en Levy se opone a la idea planteada por Baudrillard (1994. P 25) quien la concibe como una suplantación de la realidad, o un simulacro de origen técnico que acaba con la noción de realidad, no en su existencia misma, sino en su estatuto de identidad referencial.

### **Estado del Arte**

La Ecología de medios, es la base teórica desde la cual el investigador argentino Carlos Alberto Scolari (2015), sugiere abordar el estudio de las Narrativas Transmedia; en las cuales está inmerso el documental transmedia. Scolari retoma dicha teoría abordada por Marshall McLuhan (Scolari, 2015 p. 23) y Neil Postman (Scolari, 2015 p. 24) – entre otros autores- mediante la cual se realiza una metáfora del ecosistema biológico para analizar el comportamiento de los medios (como especies) dentro de ecosistemas mediáticos. De esta forma el autor aplica conceptos propios de las ciencias ecológicas y biológicas a los medios, como la hibridación, la simbiosis (fusiones de medios) o la aparición de nuevas especies (la aparición de nuevos medios o dispositivos) (Scolari, 2014).

El documental transmedia también es investigado desde la comunicación digital. En su blog Hipermediaciones, Scolari aborda el carácter expansivo de este formato originado en la narración audiovisual, pero ahora potenciado por la red, “si el documental interactivo encontró en la web un espacio privilegiado de expresión, el documental transmedia va más allá y lleva sus contenidos a otros medios y plataformas, buscando siempre la complicidad de los prosumidores” (Scolari, 2012).

Para realizar una producción transmedia de tipo documental o ficcional, además de planear la narración a través de varios medios o plataformas, los creadores deben ver su trabajo como la concepción de un universo narrativo amplio más que de una historia, lo que también posibilita la expansión porque “las transmediaciones hacen parte de industrias que a través de la producción de una obra más que de un producto para vender, funcionan con el propósito de crear mundos con complejas estéticas y líneas narrativas que no se agotan en una entrega” (Amado, 2014, pág. 201). La comunicación digital hace que el usuario tenga la

posibilidad no solo de interactuar con el contenido sino de participar en la expansión del mismo a través de su intervención en redes, plataformas y lugares de encuentro en internet.

### **Propuesta metodológica general**

La investigación se desarrollará en el nivel analítico, por cuanto de lo que aquí se trata es de entender la manera cómo la comunicación digital e interactiva impacta la construcción narrativa en el documental transmedia “Mujeres en Venta”.

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo y se plantea el diseño e implementación de los siguientes instrumentos:

Para el primer objetivo, determinar las posibilidades narrativas que añade la tecnología digital e interactiva propia del documental transmedia al documental tradicional de acuerdo al caso seleccionado, se llevará a cabo un análisis de contenido.

En cuanto al segundo objetivo, caracterizar la implementación de las herramientas tecnológicas y los formatos de la comunicación digital e interactiva, que posibilitaron la intervención de la audiencia dentro de la creación y la narración; se desarrollará mediante la técnica de entrevista al equipo de producción del documental “Mujeres en venta”.

Mujeres en venta fue producido exactamente por el equipo de docentes e investigadores de la maestría en Comunicación Digital e interactiva de la Universidad Nacional de Rosario en Argentina; pioneros en América Latina, no solamente en la enseñanza y producción de contenidos transmediales sino también en la producción intelectual en ésta área. De la misma forma, este postgrado tiene el mérito de ser el creador de la Cátedra Latinoamericana de narrativas Transmedia.

Para ello, se requiere una salida de campo a la Universidad Nacional de Rosario en Argentina, para la aplicación de instrumentos que permitan conocer el proceso desarrollado en la implementación de herramientas tecnológicas y formatos digitales dentro de dicho documental, temática que es objeto de investigación del segundo objetivo.

Finalmente, el tercer objetivo, consolidar una propuesta divulgativa que recoja el proceso para la incorporación de las herramientas propias de la comunicación digital e interactiva dentro del proceso de creación de documental transmedia; se plantea desarrollar un análisis documental. A partir de los resultados de los dos primeros objetivos y sumado a una búsqueda documental sobre documental transmedia, se realizará la fundamentación para consolidar dicha propuesta divulgativa.

## **Acuerdos de Participación**

### **Propósitos**

Cómo auxiliares de investigación, tenemos como propósito, ser apoyo para el desarrollo de un marco teórico, metodológico y analítico en el marco de esta investigación.

### **Marcos de Referencia**

Dentro del marco teórico – conceptual se han tenido en cuenta, las palabras clave correspondientes a la investigación macro, como lo son La Narrativa Transmedia, Hipermediaciones, Crossmedia, Herramientas Web 2.0 y 3.0 y el Documental Interactivo, para ahondar de manera general en el desarrollo conceptual de los términos mencionados anteriormente.

#### **La Narrativa Transmedia**

La gran variedad de plataformas que permiten hoy en día, difundir la información, hace unos años su manejo era descontrolado, “es un terreno semánticamente inestable, caótico, dónde resulta difícil hacer pie” (Scolari, 2013, pág. 23). Surgen una serie de conceptos como cross-media, multimodalidad, multiplataforma o narrativa aumentada, que no se podían articular, cada una se encontraba por aparte.

Henry Jenkins, fue el autor que creo el término de “Narrativa Transmedia”, enmarcaba dentro de este concepto, el hecho de ir más allá del mundo narrativo, reflejado por ejemplo en un documental o seriado de televisión, Carlos Scolari sostenía el ejemplo de la serie

animada 'Pokemón', trascendió más allá de la misma serie y se fue distribuyendo en videojuegos, películas o libros (Scolari, 2013 pág. 24).

En definitiva, la importancia del campo en cuanto a la construcción narrativa, permite tomar elementos de ciencia ficción o sucesos reales, reflejados en películas, libros, series animadas o documentales y poderlas diversificar tanto en su forma como en el medio, "la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la microsuperficie del dispositivo móvil" (Scolari, 2013, pág. 24). La diversificación que esto genera es poder ampliar el contenido, es decir más personajes, más historia en el caso de la ciencia ficción o profundizar la historia basada en hechos reales como podría ser un documental y los medios permiten que el reflejo de estos contenidos, se denote de otra manera.

La era digital permitió, que las personas tuvieran a alcance diferentes medios de comunicación, interacción y entretenimiento, estos elementos suscitaron el gran alcance de la "Narrativa Transmedia".

La "Galaxia Transmedia" se considera como la segmentación de los componentes que conforman la "Narrativa Transmedia", "Cada uno de estos conceptos ilumina alguna dimensión de las NT (Narrativas Transmedia)" (Scolari, 2013, pág. 25). Elementos como cross-media, plataformas múltiples, medios híbridos, mercancía intertextual, forman parte de esta galaxia. Scolari sostiene que el conjunto de estos conceptos, trata de reflejar una misma experiencia, considera que es una práctica interpretativa, que se inspira en historias expresadas mediante lenguajes y difundida mediante medios y plataformas. (Scolari, 2013, pág. 25).

Scolari remarca la importancia de que, a través de las NT, se podría consolidar un "Universo Cultural Transmedia: "Por ejemplo, puede sumarse a la red de medios –¡sí, el teatro es también un medio de comunicación! – y contribuir a la expansión de relatos nacidos en el cine o la televisión" (Scolari, 2014, pág. 77). El efecto diferenciador consta de ayudar a la difusión de conocimiento de cualquier índole y/o ámbito, que la interacción suscite una forma

diferente de conectarse con los consumidores y los prosumidores (encargados de ver y así mismo generar el contenido).

Cabe señalar que “El lector transmedia es un lector multimodal que debe dominar diferentes lenguajes y sistemas semióticos, desde el escrito hasta el interactivo, pasando por el audiovisual en todas sus formas” (Scolari, 2017, pág. 181). El más conocido como translector, que dentro de esta narrativa transmedia, es un ente importante, ya que es el consumidor y a su vez el prosumidor, se articula y se condiciona en medida que el contenido con el que dicho usuario va a interactuar, dependiendo el medio, su narrativa es distinta y así mismo su interpretación cambia, además esto le permite estar la capacidad de crear nuevo contenido, basándose el que anteriormente tuvo interacción, permitiendo un proceso de retroalimentación y la posibilidad de generar nuevo conocimiento.

Bajo la concepción de las ideologías teóricas que manifiestan la diversidad de pensamientos y autores, se declara que los procesos de transmedia hacen referencia a aquellos contenidos que de alguna u otra manera son propensos a exponerse bajo diferentes contextos y criterios, en donde como primer factor es generar contenidos bajo los parámetros del desarrollo de participación, en donde los usuarios de alguna u otra manera se mantengan en el desarrollo de ideas y de contenidos, ya que, a través de dicha participación se halla como principal factor los prosumidores, estos son los encargados de generar y consumir contenido, a raíz de esto se puede denotar un feedback.

Dado que incidir en las narrativas y como en este caso las Narrativas Transmedia se convierten de alguna u otra forma en un imaginario social en donde las nuevas ideas se formulan y se exponen bajo los sistemas de producción, reproducción y visibilizar activación social, cultural y hasta en algunos casos político.

### **Hipermediaciones**

En la era digital, las narrativas cambiaron, los medios cambiaron y la manera de difusión también cambió, es decir la tecnología se inmiscuyó directamente en el ámbito cultural y de allí, su alteración en la divulgación de la información, “La tecnología se convierte en objeto del



discurso y entra a formar parte de una trama cultural donde conocimiento y poder se entremezclan". (Scolari, 2008, pág. 72).

La necesidad que se genera con respecto a la difusión de la información, tiene relevancia cuando aparece el elemento conocido como Hipermediación, la extensión del hipertexto, cuyo propósito es crear un vínculo, que permita hacer la conexión de diferentes medios, con un fin interactivo, donde dicha difusión se hace, debido a esa atracción de los medios con el contenido que se pretende difundir en el mismo. Scolari lo describe como "se presenta como un agujero negro que atrae a los medios masivos, los absorbe e integra dentro de su propio dispositivo intertextual de contaminación". (Scolari, 2008, pág. 277).

Scolari lo define como "una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular, lo hacíamos pensando en este espacio". (Scolari, 2008, pág. 277). Por ende el hipermedio, permite generar esa relación entre sujeto, medio y lenguaje, con estos tres elementos, se crea una especie de cadena que permite ubicar cada mensaje con su medio, dichos medios cada uno se manera y su lenguaje es totalmente diferente, la capacidad de la hipermediación, es traspasar lo que antes era el hipertexto (remitir un texto a otros autores), a un concepto más tecnológico, por medio de ubicar cada medio y lenguaje con referencia al mensaje particular y crear el foco central del hipermedio, la interacción.

Otro concepto que surge a raíz del hipermedio, es la interfaz, según Scolari, "es la cara visible de las hipermediaciones, es el lugar dónde se generan los intercambios entre los sujetos y los dispositivos" (Scolari, 2008, pág. 277). No es un movimiento inmóvil, tanto de información como de interacción, la red posibilita el reenvío y retransmisión de dichos contenidos, permitiendo que la interacción se repita incluso se mejore.

La hipermediación ha tenido su influencia en la medida que los medios tradicionales, se han visto en la obligación de cambiar su forma de difusión y por ende se han tenido que acoplar a la época, ya que las épocas cambian y así mismo la adaptación a este es algo

fundamental, para que la difusión de información sea un proceso masivo y funcional. “Su influencia se deja sentir en otros lugares, por ejemplo, en los medios tradicionales impresos o electrónicos, los cuales apuestan -dentro de sus limitaciones tecnológicas- a simular las formas hipermediáticas”. (Scolari, 2008, pág. 277-278)

### **Crossmedia**

Un contenido digital, creado para divulgarse en internet, de cualquier índole, requiere unos medios en el cual poder tanto, publicarse como reproducirse y expandirse, para hablar de crossmedia, primero se debe hablar de la ‘multiplataforma’, la diversificación del contenido, plasmado en diferentes medios, al alcance del prosumidor (persona que visualiza el contenido y así mismo aporta en la creación de un producto nuevo).

### **Multiplataforma**

“Aquella que concibe un contenido para su distribución en diversas plataformas tecnológicas de difusión (web, televisión convencional, TDT, móviles, etc.)”. (Roig, 2013, pág. 123). Este multicanal que se genera, permite acoplar todo tipo de contenidos a estas plataformas, lo que genera una diversificación en la información y en el alcance del mensaje, al igual, para cada medio o plataforma, el contenido es distinto, ya que en la parte técnica son distintos, por ejemplo, en el tamaño, en la forma de visualizar y en el contenido y la accesibilidad, debido a que el Televisor no es tan visto como el teléfono móvil, está más al alcance de la mano.

De allí parte el concepto de la crossmedia, articulando esta ‘multiplataforma’ como medio de difusión y con este término como elemento que se centra en la narrativa con la cual son creados dichos contenidos, para resumir, el primero es el que difunde la publicidad, hacer rentable el producto (contenido publicitario, programa de entretenimiento, etc) y el segundo es el que le da la estética, para que dicho contenido tenga mayor alcance a través de la forma, de la narrativa que este contenido desea transmitir.

“La estrategia ‘crossmedia’, por tanto, es más integral e idealmente concibe una ‘red’ a su alrededor de un concepto determinado, que en ocasiones puede convertirse en un

universo narrativo coherente y completo”. (Roig, 2013, pág. 124). Este cúmulo de elementos, que se centran en cada aspecto, articulando los medios en beneficio de la difusión del contenido a través de las multiplataformas, es decir que los medios de ayudan uno al otro, de allí se podría determinar una cadena de producción y difusión, creación (crossmedia) – producto listo para difundir – multiplataforma.

### **Herramientas web 2.0 y 3.0**

Tomando como punto de partida la web 2.0, como elemento transformador del mundo digital inmerso en la web, debido a este fue un factor diferenciador en la forma de interactuar en la internet, ya que el usuario podía, compartir archivos (fotos, videos, audios), con sus amigos y el tal caso a otras personas, la creación de plataformas para ello, potencio el alcance del internet y así mismo el acercamiento a este, esta democratización, donde el usuario podía tanto visibilizar como crear su propio contenido, convirtió al individuo como ente emisor y a la vez receptor del mensaje.

“La web 2.0 se concibe como una plataforma donde convergen usuarios, servicios, medios y herramientas; un escenario cuya clave principal es la participación, la posibilidad de conversar e interactuar”. (Costa, 2014, pág. 10). Dicha convergencia es clave debido a que, las nuevas herramientas tecnológicas inmersas en esta web 2.0, permiten que se convierta en una web participativa, donde el usuario o mejor conocido como prosumidor, visualiza y así mismo puede hacer una creación multimedia no profesional y difundirlo por estas plataformas, con un solo clic.

Cabe destacar algunas plataformas donde desde su creación, millones de usuarios, comparten, acceden y confluyen dentro de estas mismas: “se encuentran plataformas de video como YouTube, Vimeo e -Inclusive- MySpace, redes sociales como Facebook, Twitter y Google+”, (Costa, 2014, pág. 10).

La evolución de las herramientas web, no significa que la que antecede a la actual, es pasada u obsoleta, al contrario, esta evolución es la mejora, pero que todas deben estar, ya que cada una representa un pilar fundamental, es decir que la web 1.0, permitió navegar por

la web, la 2.0 compartir información y crearla y la 3.0 retomar lo de la web 2.0 y potenciarlo, alcanzando la creación de aplicaciones, permitiendo vivir nuevas experiencias en pro de la construcción de una nueva red de navegación.

La web 3.0, retoma la 2.0 y lo añade nuevos elementos complementarios, que mejoran la experiencia del navegante del internet. La web 3.0 se divide en 3 secciones: la web semántica, la web 3D y la web multimedia.

La primera hace más referencia a la parte del conocimiento, conceptos como base de datos, enciclopedias virtuales, plataformas de búsqueda de información, permitió mejorar nuestros medios por ejemplo para hacer una investigación, ya que búsqueda de la misma se hizo mucho más sencilla y así mismo, potenciar la obtención del conocimiento del individuo. “Se trataría de dotar de una nueva estructura a las páginas web que aporte significado a nuestras búsquedas, y de ahí el nombre de web semántica”. (Costa, 2014, pág. 13).

La segunda en este caso, la web 3D hace más énfasis en la estética y el diseño, debido a que esta se centra en la creación de espacios tridimensionales, que mejoren nuestra navegación, es decir que la hagan más dinámica, más amable para la vista, incorporando elementos de realidad virtual, para consolidar este espacio virtual como lo es el de la internet.

“La web centrada en multimedia es la que ofrece no solamente búsquedas basadas en metadatos, sino en similitudes en el ámbito multimedia (búsqueda de imágenes, videos...)” (Costa, 2014, pág. 14). Como ejemplo, se pueden mencionar plataformas como YouTube, Google, Pinterest, entre otras, que exista información de toda índole dentro del panorama web, posibilita la interacción directa y la creación de experiencias, ya que la web permite que todo esté al alcance, sin importar, el dispositivo, el formato y el mensaje.

Por último, Costa (2014) en su libro Estrategias de Comunicación Multimedia, menciona aportes de la web 3.0 a la nueva forma de utilizar la red, “Podrán trabajar todas las aplicaciones web a la vez, podrán ser ejecutadas en cualquier dispositivo, se podrán distribuir viralmente (correo electrónico, redes sociales, servicios de mensajería, etc), serán relativamente pequeñas” (Costa, 2014, pág. 15). Estos ítems fueron los más destacados y muestran el cambio,

sin dejar de lado la convergencia de las herramientas web 1.0 y la 2.0, sobre la evolución de las herramientas 3.0 en el marco del desarrollo del internet como herramienta global de comunicación e interacción.

### **Documental Interactivo**

El gran cambio que se dio, haciendo referencia al formato del documental, es que se encuentra el documental lineal y el documental interactivo. Este cambio se generó debido a que, en la época actual, la tecnología está inmersa en todos los ámbitos de la sociedad, el documental en su forma de producción, concepto y visualización, no fue la excepción. La dimensión de ello fue que permitió, transformar la esencia del propósito por el cual se realizaba un documental, de cualquier tipo, tema o índole.

Al respecto, conviene decir que existe un antes y un después del documental, el documental lineal solo pide una reflexión por parte del público, solo se necesita la mente para participar, mientras que el documental interactivo, aparte de la habilidad mental, se involucra una habilidad física al momento de tomar decisiones, utilizando el habla, componentes del dispositivo o la escritura. (Gifreu, 2014, pág. 20).

Dicho esto, el foco central en el ahora, con referencia al género documental audiovisual interactivo; Arnau Gifreu Castells en su libro El documental interactivo: evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo, plantea una definición a lo que conoceríamos como documental interactivo, “Los documentales interactivos, pretenden documentar, representar e interactuar con la realidad, lo que conlleva la consideración y la utilización de un conjunto de técnicas o modos para hacerlo, los cuales se convierten, en esta nueva forma de comunicación, en el elemento clave para alcanzar los objetivos del documental”. (Gifreu, 2014, pág., 148).

Esta definición, se podría considerar como algo extensa, pero allí puede dar el término a la esencia del documental interactivo, poder mostrar de otra manera la realidad, donde el ser humano como ente social, sea capaz de interpretar un mensaje que ese es el propósito nato del documental, siendo partícipe del mismo, que este mismo se convierta en una forma

de comunicación distinta, incluyente y lo más importante, que el mensaje se difunda y se convierta en una narrativa de memoria, a esto se hace referencia del mismo modo que se vea un documental una vez y de allí se quede en los anaqueles bajo una capa de polvo a que el mensaje de un documental interactivo, se transforme y se convierta en algo que quede en la memoria de los prosumidores que interactúen con el mismo.

El documental interactivo, se contempla como una nueva forma audiovisual; en los últimos años el desarrollo del documental se ha ido complementando en la medida de que con el paso del tiempo se ha visto en la necesidad de cambiar los modos, producción, contenido y narrativas, con referencia a la generación de nuevo contenido audiovisual, por ende, la llegada del documental interactivo suscita un nuevo aire a la aplicación y recepción del formato.

Cabe señalar que todos sus contenidos están bien estipulados, en la medida que se establece como un formato sistemático y coherente, que permite mostrar nuevas lógicas en cuanto se refiere a la representación de la realidad. (Gifreu, 2014, pág. 28). “Esta nueva dinámica de producción, exhibición y recepción del documental deriva de la confluencia entre el género documental y el medio digital interactivo, confluencia que ha dado lugar al nuevo formato del documental interactivo” (Gifreu, 2014, pág. 28).

### **Diseño Metodológico**

La investigación está enmarcada en el enfoque cualitativo, que consiste en es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados, además analiza el conjunto del discurso entre los sujetos y la relación de significado para ellos, según contextos culturales, ideológicos y sociológicos.

Hay que tener en cuenta que, para llegar al proceso final, hay que hacer una inmersión cualitativa, en donde se haga uso de las variables como lo son la objetividad, fiabilidad y validez (Valencia y Giraldo, 2011, pág. 505), para así identificar cuáles serían los sesgos del proceso a realizar; hay que implementar un diseño en donde priorice a la investigación, en este proceso debe realizarse una recolección y análisis de datos, además, relacionar que tanta validez se

encuentran dentro de los datos recolectados y posterior a esto relacionar y determinar qué tanta confiabilidad se encuentran en dicha situación.

En el marco de la investigación cualitativa hay que hacer uso de varios recursos para así llegar a analizar el fenómeno propuesto, estos recursos pueden ser los siguientes, Grupos focales, entrevistas, encuestas y demás herramientas que son de uso válido para obtener y analizar información.

Por consiguiente, haciendo uso de los instrumentos no se arrojarán resultados que sean del todo veraces, por esto, es que debe sumarse una estrategia que lleve consigo un esquema de hallazgos en donde se pueda hacer una comparación e identificar si la información brindada ha sido amplia en cuanto a la interpretación de datos y el análisis del fenómeno.

Según Valencia y Giraldo (2018) acotan que, la honestidad, imparcialidad, confianza, autenticidad y demás características, conllevan a un diálogo retrospectivo acerca del proceso que se llevó a cabo, y que, además, la apreciación de la perspectiva deja criterios y juicios de valor a estudiar para así asegurar los resultados de la investigación. (Valencia y Giraldo, 2011, pág. 503).

Para tener más claridad acerca de la temática que se está tratando hay que tener en cuenta y hacer uso del contexto en el que el estudio se está basando, y todo esto con el fin de obtener información más veraz y más cercana a la realidad que se está presentado en dicha situación.

Como es sabido, generar resultados debe estar bajo los parámetros de los hallazgos que se pudieron haber encontrado en dicho proceso de investigación, por esto a su vez, los procesos y los resultados deben estar en total concordancia con la totalidad poblacional que de alguna u otra manera puedan brindar información para la investigación a realizar.

El conocimiento como enfoque individual o colectivo requiere de una participación comunicacional de diferentes entes (llamando así a las personas que se hacen partícipes del proceso de investigación cualitativa), de allí, surge una participación en donde alguna u otra manera se halle un conocimiento ligado a la reflexión situacional.

Por consiguiente, haciendo referencia en investigación documental, el uso de análisis y de revisión de textos que sean de índole investigativo, ayudan a caracterizar y dinamizar el tema que ya se fue propuesto dentro del enfoque estipulado, por esto, es que el uso amplio de referentes históricos, bibliográficos, documental e incluso fílmico, ayudan a obtener un empoderamiento del tema que se está tratando, por esto, también es importante contener gran diversidad de información para poder realizar un comparativo y un análisis profundo del tema que se está buscando.

Recordemos que, para obtener una investigación de una categoría alta, hay que realizarla bajo parámetros estipulados como lo es el procesamiento de información encontrada para re verificar si esta información es veraz o no, además, tener en cuenta que el proceso investigativo se debe regir bajo los parámetros de orden, ya que si se lleva un hilo conductor del proceso que se está realizando se puede llegar a una finalidad de un proceso comunicativo.

Dentro de los enfoques también se puede aplicar la investigación cualitativa, ya que hace referencia a los aspectos de pueden ser descifrables dentro de la comunidad en donde se desarrolla dicho evento, hay que tener en cuenta que como recursos de investigación se puede hacer uso de artículos, periódicos, videos, libros, y otros medios que ofrezcan información relevante para el proceso investigativo.

Desde luego es primario abordar el estudio del fenómeno y determinar a su vez el contexto en donde se está realizando el trabajo propuesto, además hay que hacer gran referencia a los objetivos del proyecto, ya que estos son los que generan la pieza clave de qué es lo que realmente se puede desarrollar dentro de la investigación.

El análisis de una investigación documental, se dispone bajo el uso de documentos que son resultado de otras investigaciones, por esto es que la conclusión y objetivo principal de la investigación documental es generar conocimiento a partir de la experiencia y la riqueza de consultas que se hicieron dentro de los procesos establecidos.



Según Morales (2018), en su texto enmarcados en los fundamentos de la investigación documental, acota que, se debe realizar una sección de pasos para desarrollar la habilidad de generar una consistencia a la hora de realizar la investigación, los siguientes pasos consisten en la delimitación del tema, ya que, en su acopio, un aspecto importante es saber cuáles son los límites en donde se está trabajando, y cuáles serán los datos que se esperan recolectar, por esto es que debe tenerse muy en cuenta cuáles son los objetivos del proyecto, y por su puesto cuál es su respectiva justificación. (Morales, 2018, pág. 3).

Si bien, es importante tener en cuenta durante el proceso de investigación, identificar cuáles son los elementos documentales que puedes servir dentro del estudio, posterior a esto la organización de ideas y datos ayudarán a dar una facilidad de entendimiento y de búsqueda para el lector.

Se considera que analizar y sintetizar ayudarán al proceso de investigación documental, ya que allí se podrá evidenciar si de acuerdo a lo desarrollado, se esa cumpliendo a cabalidad con los objetivos propuestos, y si las relaciones que ofrecen los textos consultados son los adecuados para explicar el fenómeno que se pretende.

De esta manera, se establece el desarrollo del concepto de análisis de contenido, al igual el planteamiento de unas categorías de investigación, que servirán como soporte de análisis documental del elemento base (microvideo), manejadas sobre un instrumento de investigación, en este caso, la matriz de recolección y análisis, los cuales se muestran a continuación.

### **Análisis de contenido**

En cualquier tipo de investigación, es fundamental el análisis de contenido, ya que esto permite crear un panorama del tema que se está trabajando, poder apropiarse de él, en este caso, conocer la célula el origen, por ejemplo, la parte técnica y los componentes de un objeto, suscita el descubrimiento de nuevos datos, que sean de valioso aporte para la investigación y así mismo al desarrollo de este.

Aunque dicho análisis, se puede considerar como método o técnica, el propósito del mismo radica en desglosar cada elemento como frases, párrafos, títulos, medición tiempo-espacio, estos se pueden encontrar por ejemplo en investigaciones periodísticas, artículos científicos, documentos institucionales, entre otros documentos de cualquier tipo o índole.

Fernández (2006), en su texto *El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación*, muestra 6 momentos de intencionalidad con respecto al Análisis de Contenido, qué se pretende con ello “Determinar el estado psicológico de personas o grupos... Medir la claridad de la comunicación... Describir tendencias... Identificar actitudes de estos grupos de personas... Analizar y Comparar el contenido de la investigación” (Fernández, 2006, pág. 37).

Cabe resaltar que el análisis de contenido hace parte de la investigación documental, con respecto a que se utiliza en investigaciones relacionadas al área de ciencias sociales, además este tipo de investigación permite indagar de una manera minuciosa diferentes tipos de documentos en un proceso analítico, dentro del cual, dicho proceso tiene como finalidad la obtención valiosa de información para el desarrollo de la misma.

Con respecto a la generación de conocimiento, que puede ofrecer dicho Análisis de Contenido, es minucioso, ya que, a través de la documentación, en este caso la base teórica para fundamentar cualquier investigación, además relacionándolo con la investigación de tipo cualitativo genera un análisis completo a través de estos textos u contenidos derivados de un estudio social, del corpus con referencia al objeto de estudio.

En relación con la importancia de este método, genera un análisis reciente, determinar cuál es el estado actual y así mismo poder visibilizar los contenidos y su manejo desde una perspectiva real, conocer de antemano estos datos, los más recientes que existan en la recolección de datos posterior es fundamental, para entender el por qué y para qué del objeto de estudio. “El análisis de contenido como metodología de abordaje del conocimiento permite interpretar la realidad” (Moraima, 2008, pág. 131).

## **Categorías de investigación**

A continuación, se determinaron unas categorías que son la base central del objeto de estudio, en este caso el (Microvideo), de allí se desglosará cada una de estas como el compendio de elementos que conforman dicho producto audiovisual.

### **Microvideo**

Dicha definición se puede asemejar al término Minivideo, este consiste en “un vídeo de corta duración que constituye un material didáctico de tipo tecnológico para transmitir una determinada información que ayude a consolidar cierto aprendizaje”. (de la Fuente, 2013, pág. 180).

Dicho de otra manera, de este término surge lo que se conoce como microvideo, ya que se adoptó a la web 3.0, más específicamente a las redes sociales, como una manera de difundir la información, de forma didáctica, concisa y fácil de entender, se incluye que a nivel técnico es portable y que facilita la viralización del mensaje o el contenido. Su adaptación se debió a que plataformas como Instagram permiten videos de solamente un minuto, por ende, se consolidó como un medio audiovisual, que sintetiza la información y que su alcance puede ser mucho mayor a un video de media o larga duración.

### **Formato**

“Un formato es una manera de codificar y estructurar la información digital para almacenarla en un fichero”. (Saavedra, 2011, pág. 60). Partiendo de este concepto se determina que cada elemento tiene su propio formato, que funciona y se aplica en diferente plataforma, ya que sus características son únicas, esto permite que se conserven dichos archivos y que el contenido pueda ser reproducido y divulgado con mayor facilidad.

### **Audio**

El concepto se refiere más a la señal de sonido si se nombra de manera técnica, que se produce de manera natural, mediante una señal continua, que se amplifica y mantiene una

frecuencia. No obstante, surge otro término que se asemeja al formato que es la señal digital, este almacena dicha señal en mayor rango y disminuye el ruido. (Saavedra, 2011, pág. 58).

**Formatos de audio:** Los más comunes son:

- Wave Audio Format (Wav o Wave): Formato desarrollado por Microsoft, que almacena audios de alta calidad, cuyo único inconveniente es que es limitado en cuanto a grabaciones de larga duración. (Saavedra, 2011, pág. 66).
- Advanced Audio Coding (AAC): Formato desarrollado por el grupo MPEG, su uso mayoritariamente es en transmisiones de audio vía internet, como por ejemplo una radio online y este mantiene una mayor calidad de audio. (Saavedra, 2011, pág. 67).
- MPEG Layer III (.mp3): Más conocido como .mp3, fue uno de los formatos que permitió las descargas de música por internet y posibilitó el intercambio de estos archivos, inclusive, debido a la popularidad, se crearon reproductores con este formato. (Saavedra, 2011, pág. 67).
- Windows Media Audio (.wma): Es el formato desarrollado por Microsoft para comprimir audio, es decir que el peso del archivo se disminuya y sea fácil su distribución y reproducción. (Saavedra, 2011, pág. 68).

Con relación en el desarrollo del audio, como concepto de narrativa, vinculándolo a un proceso comunicativo, se debe a la construcción de un discurso audiovisual, ligándolo a la secuencia, como se denota en la imagen, en el audio y/o sonido, presenta características similares. “Estas secuencias contendrán diversas acciones como artífices del relato y su desarrollo dramático” (Iapichino, 2011, pág. 35).

Dentro de este desarrollo, se enmarcan elementos como el espacio-tiempo, donde tomará vida el proyecto narrativo, ligado a una nueva dimensión narrativa, con el audio (sonido) como elemento principal, es estilo de cada uno de los actores (personajes), lo complicado es generar solamente mediante el audio, un complemento clave, en la creación y progreso de un video, es un componente que se artículo con el resto de elementos que componen el microvideo.

El medio por el cual se va a difundir, esto también tiene relación, con el proceso comunicativo de emisor-mensaje-receptor, dicho proceso puede realizarse, por el cine, la televisión o en su defecto la web/internet, por último, la consolidación del proceso narrativo, la expresión como difusión, desde la voz, como por música, sonidos, fotografía y gráficas.

Se considera un refuerzo de la imagen, permite apoyar de una forma sensible, la atracción del espectador, hacia lo que está viendo, esta se convierte en un elemento clave, como complemento del desarrollo, por ejemplo, de una escena, es el acercamiento que tiene el espectador con respecto a la relación (imagen-audio), que posterior a ello, anexando la imagen en movimiento, es lo que se conoce como video.

Por ende, el audio, genera una interacción y una focalización de la idea de la narrativa, identificando características definidas, en el desarrollo de la misma. “Punto de vista es la manera en la que queremos contar y hacer percibir, de un modo particular, objetos, figuras, materiales, pero también, información de tipo, moral, político, religioso”. (Iapichino, 2011, pág. 40).

## **Imagen**

Dentro del concepto se ancla al ámbito digital, por ende, la Imagen Digital es aquella que puede ser manipulada desde un equipo tecnológico. Este puede procesarse a través de un software, anclarse en una cámara digital, mostrar en una pantalla, se imprimen o se guardan en un dispositivo de almacenamiento como es el caso de las USB. Se clasifican en dos grupos, imágenes en mapa de bits. Formadas por pixeles y cada pixel guarda información correspondiente al contraste, brillo, color, etc. El segundo grupo son las imágenes vectoriales formada por objetos geométricos independientes, que se distinguen uno del otro por atributos de forma y de posición. (Alcalá y Navarro, 2008, pág. 39-40).

**Formatos de imagen:** Los más comunes son:

- Tag Image File Format: Este formato lo reconocen la mayoría de programas de edición y compresión de imagen, además el más usado en la industria gráfica, debido a su gran

calidad de imagen y que al momento de imprimirlo o pasarlo al papel, mantiene su calidad, es decir no se minimiza. (Alcalá y Navarro, 2008, pág. 67).

- Graphics Interchange Format (GIF): Conocido por utilizar fotogramas animados secuencialmente, sin sonido de fondo, por ello se ha convertido en uno de los mejores formatos de este estilo actualmente. (Alcalá y Navarro, 2008, pág. 66).
- Joint Photographic Experts Group (JPG – JPEG): De los formatos nombrados en esta lista, este uno de los más conocidos por los usuarios, la calidad de la imagen es alta, los archivos bajo este formato, no son de gran tamaño y los navegadores actuales, los reconocen sin inconvenientes. (Alcalá y Navarro, 2008, pág. 65).
- Portable Network Graphic (PNG): Retoma elementos del JPEG y el GIF, crea colores transparentes, que permiten a la imagen poder eliminar parte de su contenido generando una silueta, cambiando su dimensión y forma, el único inconveniente de este formato, es que no se puede utilizar para hacer animaciones. (Alcalá y Navarro, 2008, pág. 67).

En primera medida con el enfoque de imagen, hay que hacer referencia en cuál puede ser la significación que emite cada componente que hace parte de la imagen, en algunos casos estos son llamados el objeto, que de alguno u otra medida explica una atención que quiera impactar y así mismo llame la atención de quienes son los receptores de dicho contenido.

Se determina que la imagen es un resultado de la construcción de objetos que brindan una información que puede inferirse como objetos o suceso que quedan plasmados dentro de una serie de formatos y categorías visuales., por esto, según Brocano, en su texto Las imágenes como artefactos comunicativos, hace mención que, las imágenes son una realidad plasmada bajo el efecto de los objetos y sucesos que quedan formados dentro de la imagen, a esos efectos, se puede ser mencionado como la distinción de la realidad que conlleva imagen, y cuál es si realidad detrás de ella, a pensar de ellos, el componente creativo y divulgativo hace en pie el contexto de darle importancia y relevancia al proceso de la imagen (Brocano, Pág 51).

Exactamente, hoy en día, hay que tener contemplado que en gran medida las imágenes son el componente de cultura en el que las personas están acostumbradas a su diario vivir, por

esto, es que la imagen en reiterativas ocasiones son la ventana a descubrir cosas y hechos que quedaron bajo un formato estándar y estático.

Bajo el proceso comunicativo hay que hacer referencial que las imágenes están ligadas y acaparadas bajo unos formatos que manifiesta de alguna u otra medida cómo es el proceso de clasificación e incluso hasta de difusión de las imágenes, para hacer mención, hay que manifestar que dentro de la imagen se llevan a cabo un proceso de divulgación que dentro de la comunicación se emite como una recolección de información con el fin de ser divulgada hacia el espectador.

“Una imagen total era reconstruida por fragmentos parciales, formando efectos ópticos muy impresionantes”, mencionó Lorán y Cano en la página 71, haciendo mención a (Casajús Quirós, 2014, pág 224) debido a esto es que antes las imágenes eran ligadas a las ciencias no tan exactas, pero a raíz de esto es que las cosas a su debido momento fueron tomando un cambio positivo, por esto mismo es la imagen tiene la elementalidad de demostrar un proceso sensorial para un público externo.

Ahora para hacer mención a la imagen en conjunto con una categoría que es importante como es llamada la Webserie, están ligadas bajo los productos audiovisuales que reúnen un par de características singulares, en este caso como lo es series que en alguna medida son adaptaciones a la ficción, estos tienen como principio fundamental ser difundidos a través del internet para que cumplan a cabalidad con los requisitos que se proponen, además, Lorán y Cano (2017) pág 40 mencionan que, las webseries juegan con los códigos del lenguaje, ya que se evidencia una adaptación de discurso y contenidos.

La imagen como producto propicio de la forma cultural, se desarrolla a través de parámetros establecidos, tales como lo son en este caso las historias, en sonido y los sentimientos que están ligados bajo los imaginarios de quien construye todo el proceso comunicativo. Ahora más adelante se deslizará cuáles son los formatos que caracterizan a la imagen.

## **Video**

En este caso se hará referencia al video digital, que es el que compete al microvideo, ya que su formato es digital. Los objetos digitales por ejemplo una filmación en bruto de cualquier índole, cuando se produce el transporte de dicho objeto, es decir la articulación de imagen en movimiento con el sonido, a esto se le conoce como video digital. Es una representación visual de la realidad, vista de una forma más dinámica, debido a la incorporación de dichos elementos (imagen en movimiento y sonido). (Saavedra, 2011, pág. 53).

**Formatos de video:** Los más comunes son:

- Advanced Authoring Format (AAF): Es un formato contenedor de audio y video, es decir que almacena los contenidos, con una gran capacidad, es un formato optimizado para el intercambio de archivos a través de distintas plataformas. (Saavedra, 2011, pág. 61).
- Audio Video Interleave (.avi): Este formato es uno de los más conocidos a nivel de video, fue desarrollado por Microsoft y se caracteriza por ser un tipo estándar haciendo referencia al almacenamiento de video. (Saavedra, 2011, pág. 61).
- MPEG-4: Este formato es uno de los más completos, permite condensar elementos de video, audio e imagen, permitiendo su maleabilidad a la hora de crear contenidos sobre este formato, sobre este también se pueden generar gráficos 3D y puede reproducirse sobre la televisión, teléfonos móviles y el video streaming en internet. (Saavedra, 2011, pág. 62).
- Quicktime (.mov): Formato desarrollado por Apple, es multiplataforma, es decir que puede funcionar tanto en Macintosh (Sistema Operativo de Apple, para pc's), como en Windows, Unix/Linux, su uso está más enfocado a la edición de video profesional. (Saavedra, 2011, pág. 62-63).
- Windows Media Video (.wmv): Su propietario es Microsoft, su uso es principalmente para el video streaming, ya que la codificación (generación) del video es en alta definición. (Saavedra, 2011, pág. 65).



## **Narrativas**

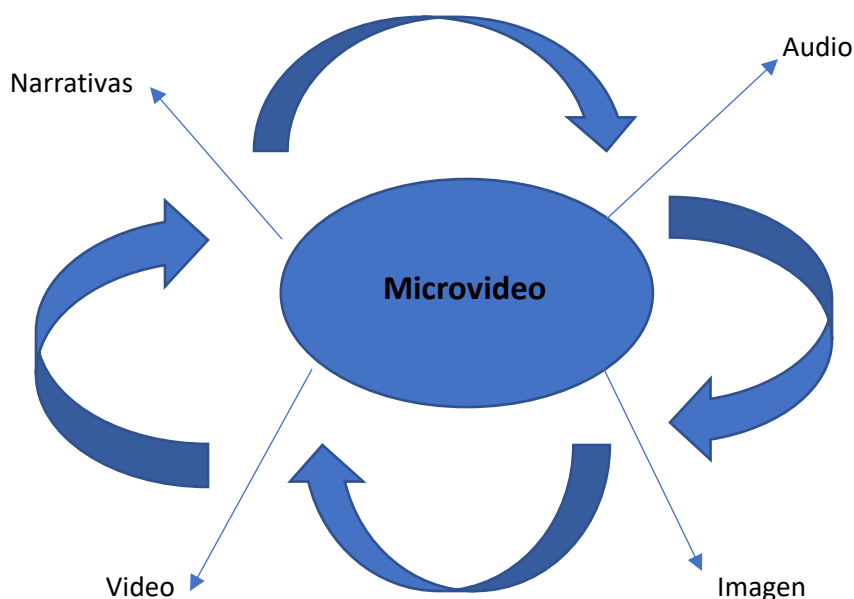
Con respecto a la narrativa, en este caso se aplicará la audiovisual, teniendo en cuenta las tres categorías mencionadas anteriormente, se interpreta en el desarrollo del término, García (1993), lo describe como el conjunto de imágenes, videos y sonidos, que cuentan historias, utilizando herramientas como el discurso, la semiótica, género, arte y lírica, al momento de hacer una estructura narrativa. Es una adaptación de la esencia de la narrativa clásica, aplicándola en el desarrollo de las nuevas maneras de producción audiovisual. (García, 1993, pág. 13-14).

La adaptación de la narrativa audiovisual, deriva en otro tipo de narrativa, la transmedia, estos dos elementos están ligados, ya que aparte de contar una historia y mostrarla en otras plataformas, la idea es estar inmerso en dicha historia, ser un ente partícipe y activo dentro del desarrollo de la historia. “No se trata de una mera fragmentación del discurso en las múltiples plataformas de comunicación existentes, sino que va un paso más allá, para sumergirse en la experiencia del creador y destinatario de estas historias”. (Costa, 2014, pág. 114).

Como se hizo referencia en el párrafo anterior, la adaptación de estas narrativas se adecúa, a la plataforma por la cual, el producto final se va a difundir, ya que este tipo de narrativa, permite generar nuevas tramas, nuevos contenidos y alargar la historia, para en cada plataforma, se pueda apreciar, el consecutivo de la historia adaptado y así mismo permitir que los prosumidores, participen, aportando en la construcción de nuevas narrativas, es decir, tener la historia central, por la cual se generó la narrativa transmedia y alargar la misma, teniendo como clave la participación y la implicación de la audiencia.

Es necesario recalcar que, “un proyecto transmedia implica por definición que los medios empleados al servicio de la narrativa serán más que uno” (Costa, 2014, pág. 131). Lo fundamental dentro del proceso de difusión, es lograr articular las plataformas, los medios y las narrativas, para que dicho proceso sea efectivo y así mismo lograr el objetivo del producto transmedia, a través de las narrativas transmedia, difundir un mensaje, mediante varias

plataformas, logrando la interacción directa y la participación activa de los individuos, que más tarde se convertirán en Prosumidores (individuos que visualizan y posteriormente generan un contenido, relacionado con el tema del producto transmedia).



### **Desarrollo Metodológico**

Dentro del análisis de contenido ligado al microvideo, teniendo en cuenta el papel de la comunicación digital e interactiva, tomando como referencia los documentales transmedia (DT), se realiza una serie de RAE, evidenciando la comparación del marco teórico con ejemplos de DT, analizando elementos como el audio, imagen, video y narrativas, que comparten dichos documentales, describiendo su enfoque de trabajo, características generales y como el microvideo, tuvo incidencia dentro de dichos productos transmedia.

<b>Ficha No. 1</b>		
<b>Descriptivo:</b> <u>  x  </u> <b>Analítico:</b> <u>  x  </u>		
<b>Fecha:</b> 18/10/2018	<b>Hora:</b> 4:30 p.m.	<b>Lugar:</b> Bogotá, Colombia
<p><b>Título:</b> Mujeres en venta (2015), Universidad Nacional de Rosario, Argentina, Recuperado de: <a href="http://www.documedia.com.ar/mujeres/universotransmedia.html">http://www.documedia.com.ar/mujeres/universotransmedia.html</a></p>		
<p><b>Campo descriptivo:</b> Uno de los componentes clave dentro del desarrollo transmedia de este proyecto son los movisodios o, dicho de otra manera, los microvideos, la facilidad que tiene este elemento, es que se puede ver en el dispositivo móvil, a cualquier hora del día y lugar. La duración de este tipo de videos es de 3 minutos. En total son 5 videos, cada uno refleja una temática, relacionada con la trata de personas, entre ellas, la forma de engaño y reclutamiento y la problemática de las mujeres reinsertadas rescatadas de este flagelo.</p> <p>De este elemento multimedial, se realiza el análisis de las cuatro categorías, que componen el microvideo:</p> <p><b>Audio:</b> En todas las entrevistas se mantiene el audio de la persona + el audio ambiente, realizando un complemento con el mensaje que se quiere transmitir, reflejando la intensidad de la voz con el sonido ambiente que se escucha en las cortas recreaciones que se muestran, mientras el relato del entrevistado se reproduce. También otro elemento es la música incidental usada en lapsos del microvideo, es una combinación de melancólica y trágica, dando un plus al contexto general del microvideo, en este caso la cadena del proceso de desarrollo de la trata de personas.</p> <p><b>Imagen:</b> En este caso, la imagen se divide en dos momentos, el primero es durante la reproducción de las entrevistas, es un color natural, no se altera, aunque se quiere reflejar el contexto de cada situación y relato y la segunda, en el momento de los lapsos de las recreaciones, siempre se visualiza colores de tonalidad oscura, lúgubre, relacionando el contexto, la situación, el caso, relato con un imaginario creado, para identificar de esta manera, la realidad y la grave problemática con respecto a la trata de personas, que este es el mensaje final que se quiere transmitir, tanto el origen como las consecuencias del mismo. La fuente de los títulos, es la misma.</p> <p><b>Video:</b> En el transcurso del video, cabe destacar unos datos en forma de aviso, que aparecen de forma vertical en algunos apartes del mismo, dichos datos, reflejan esta problemática en estadísticas o formas de ayudar a mitigarlo, con referencia a la parte técnica, ligada a la intencionalidad del mensaje, los planos manejados durante las entrevistas, generalmente son, primer plano, primerísimo plano y plano americano, cada uno sincronizado con el desarrollo de cada testimonio o relato, esto genera más profundidad al mensaje, igual en las recreaciones transiciones bruscas, aumento y disminución del zoom, esto para crear un ambiente trágico.</p> <p><b>Narrativa:</b> La narrativa manejada, reflejada en cada momento del proceso de trata de personas, es contar las historias como son, utilizando un lenguaje tanto técnico y coloquial, caracterizando la naturalidad de cada protagonista como un elemento clave en el momento de conceptualizar y difusión del mensaje, de igual manera esto permite que dicha información sea fácil de analizar y relacionar con el contexto de la problemática. Destacando que al final de todos los videos dice una frase ligada a la acción: "Vos podés ayudar a erradicar la trata", esto soporta el objetivo transmedia de este documental.</p>		

<b>Ficha No. 2</b>		
<b>Descriptivo:</b> <u>  x  </u> <b>Analítico:</b> <u>  x  </u>		
<b>Fecha:</b> 19/10/2018	<b>Hora:</b> 9:00 a.m.	<b>Lugar:</b> Bogotá, Colombia
<b>Título:</b> Cuentos de Viejos (2012), Señal Colombia, Recuperado de: <a href="http://cuentosdeviejos.com/">http://cuentosdeviejos.com/</a>		
<p><b>Campo descriptivo:</b> Cuentos de Viejos es un proyecto transmedia, creado principal para preservar la memoria histórica, a través de la narrativa oral, esto reflejado a través de los recuerdos de adultos mayores, que, a lo largo de su vida, vivieron hechos que marcaron la historia contemporánea de nuestro país, creando un diálogo intergeneracional, así obteniendo otra perspectiva de cara a la reflexión de nuestra historia, teniendo a estos individuos como protagonistas. Cada hito histórico cubre la totalidad de 6 videos que no duran más de 3 minutos, relatando hechos como, el Bogotazo, la época de la violencia, entre otros. Lo destacable de este proyecto es que las personas pueden subir los videos de los abuelos o adultos mayores contando historias, esto con el fin de que se preserven como patrimonio histórico-audiovisual.</p> <p>De este elemento multimedial, se realiza el análisis de las cuatro categorías, que componen el microvideo:</p> <p><b>Audio:</b> En este caso el audio es lineal, es decir, no existe un fondo sonoro, se escucha solamente la voz de la persona relatando su historia, esto se debe al contexto en el que están, solo es abrir micrófono y que la persona hable, la tonalidad de la voz varía dependiendo la parte del suceso que el individuo está contando, no hay ningún otro cambio con relación al audio, aunque es indispensable este elemento, al igual que los demás, en el desarrollo y resultado de este proyecto.</p> <p><b>Imagen:</b> Se maneja el mismo plano americano, previendo la comodidad de la persona, en este caso del adulto mayor, aunque de vez en cuando se varían con otros planos, utilizando primer plano y primerísimo primer plano, para generar sensación de relevancia.</p> <p><b>Video:</b> Aquí se destaca que los formatos de todos los videos son iguales, es solamente adecuar la cámara en un buen ángulo, encenderla y que comience a grabar, no hay diferenciación de cuadrados, ni otras tomas, solo es de una toma lo que comprende todo el video, lo único que cambia es la locación y obviamente el protagonista.</p> <p><b>Narrativa:</b> La narrativa utilizada en la realización de estos microvideos, tiene que ver con la expresión oral de estos adultos mayores, frente a una cámara, es decir la narrativa utilizada es natural, compete de coloquialismos y formalismos, ya que en algunos videos se aclara que algunas de estas personas no terminaron la escuela o que inclusive no habían estudiado y esto queda demostrado en la forma de expresarse. La esencia de la narrativa está presente ya que, incluye, audio, video e imagen, todos estos tres elementos compaginándose, para desglosar el relato y así mismo que la naturalidad mencionada anteriormente, se vea reflejada en el contenido audiovisual.</p>		

<b>Ficha No. 3</b>		
<b>Descriptivo:</b> <u>  x  </u> <b>Analítico:</b> <u>  x  </u>		
<b>Fecha:</b> 23/10/2018	<b>Hora:</b> 2:00 p.m.	<b>Lugar:</b> Bogotá, Colombia
<b>Título:</b> Desarmados (2016), Universidad EAFIT. Recuperado de: <a href="http://desarmados.org/">http://desarmados.org/</a>		
<p><b>Campo descriptivo:</b> Desarmados, es un proyecto transmedial que consiste en poder crear una comunidad con un propósito, contar las historias del conflicto armado vivido en nuestro país, desde la visión de sus protagonistas, diferentes actores de la guerra (Guerrilleros, Paramilitares, Víctimas), hacen parte de esta realización audiovisual, donde resaltan 5 personajes reales, que cuentan su historia, algunas algo duras y crudas para el espectador, ya que esto refleja la naturalidad del testimonio. De allí parte la posibilidad de que los visitantes, si tienen alguna respuesta frente a los testimonios vistos, puedan participar enviando un video, audio o escrito, para que dicho producto sea difundido, de igual manera las personas que también tengan un testimonio que contar, pueden realizar lo mismo. Este proyecto fue realizado por la Universidad EAFIT, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de las TIC. De este elemento multimedial, se realiza el análisis de las cuatro categorías, que componen el microvideo:</p> <p><b>Audio:</b> Referente a los sonidos incorporados en estos videos, todos resaltan la voz de la persona entrevistada, debido a que este es el foco central del producto audiovisual, además articulan con música incidental caracterizada con tonos que reflejan una situación dramática y triste o alegre y esperanzadora, esto varía dependiendo el contexto de la historia, otro elemento a destacar es el sonido ambiente reflejado dentro de cada uno de los movisodios, este refleja la naturalidad del sitio donde se efectúa la grabación y le da el toque de realidad que dichos productos buscan como fin.</p> <p><b>Imagen:</b> Dentro de esta categoría se encuentra una particularidad, dos protagonistas, por cuestiones de seguridad, se les cambió el nombre y así mismo al momento de mostrarlos en la imagen, se les filmó en un ángulo frontal, con disminución de luz que permitiera reflejar solamente la silueta, para no mostrar directamente su identidad o solamente se mostraba un plano general omitiendo la parte de cara. Otro elemento fue la utilización de matices blancos y negros, usualmente se evidenciaba al comienzo de cada historia, donde el protagonista relataba la parte triste y dolorosa de la historia y se alternaba dependiendo el desarrollo de las misma, con colores vivos. Cuando se llegaba a las partes importantes de la historia, manejaban un primer plano, ya que esto refleja, sinceridad e impacto del protagonista hacia el espectador, es decir genera una conexión entre la historia, el que la cuenta y el visualizador del mismo.</p> <p><b>Video:</b> En general, la estructura del video de manera general en estos movisodios, era una apertura de la historia realizada por cada protagonista, articulándolo con tomas sobrepuestas en voz en off, que mostraban una serie de dramatizaciones, según el desarrollo de la historia, todos aparecían escribiendo una carta con su historia, entonces se hacían tomas aparte, con este tipo de dramatizaciones, cada uno de estos varía dependiendo el testimonio y el contexto del mismo. No se colocaban títulos o texto, ya que el soporte eran las dramatizaciones y el testimonio de la persona.</p> <p><b>Narrativa:</b> Todos los movisodios manejan una narrativa, directa y con un léxico general, coloquialismos que manejamos en nuestro país y que hacen parte de nuestro argot. De igual manera se resalta, el propósito final del proyecto, la naturalidad inmersa en que el desarrollo de los mismos, no tiene libreto, sino que se sintetiza en un testimonio, que muestra la cara real de la guerra y así mismo, hace que a través de esta narrativa tan flexible otras personas, decidan a hacer lo mismo, convirtiéndose en prosumidores activos</p>		

<b>Ficha No. 4</b>		
<b>Descriptivo:</b> <u> x </u> <b>Analítico:</b> <u> x </u>		
<b>Fecha:</b> 24/10/2018	<b>Hora:</b> 11:00 p.m.	<b>Lugar:</b> Bogotá, Colombia
<b>Título:</b> Pregoneros de Medellín (2015), Juliana Carabalí, Ángela Carabalí, Esaú Carabalí y Thibault Durand. Recuperado de: <a href="https://pregonerosdemedellin.com/#es">https://pregonerosdemedellin.com/#es</a>		
<p><b>Campo descriptivo:</b> Este proyecto transmedia, muestra la vida de un pregonero (persona que a través de cantos vende un producto), en la ciudad de Medellín, Colombia. Lo interesante de dicho proyecto, es que permite al usuario interactuar por las calles más concurridas y ligadas al comercio de esta ciudad, en este recorrido la idea es encontrar 5 pregoneros, cada uno con una historia y producto diferente, caracterizando su forma de pregonar por las diferentes calles de Medellín. Además, mostrando la diversidad y el estilo que cada uno de estos individuos lo realiza, aparte de ello, muestra su estilo e historia de vida, desde un contexto social y personal. Este recorrido virtual, acerca al visitante de la página web a esta tradición que no es tan conocida en nuestro país. De este elemento multimedial, se realiza el análisis de las cuatro categorías, que componen el microvideo:</p> <p><b>Audio:</b> En este caso se prioriza mucho el sonido ambiente, es decir donde cada pregonero desempeña su labor de vendedor y lo más importante destacar sus cantos particulares, destacando la naturalidad del sonido, de igual manera, dentro de cada escenario de cada pregonero, la musicalización varía de la región de donde viene, se muestran canciones propias que se acopla dentro del contexto del acento de la persona, el producto que vende y así mismo se articula con las voces de las personas que le compran los productos a estos personajes.</p> <p><b>Imagen:</b> La imagen manejada, se podría denominar como dinámica, como estos pregoneros están en constante movimiento, la imagen mostrada muestra planos americanos en movimiento, de igual manera cuando están en un sitio en concreto, se visualiza más un plano general alternando a un primer plano, además al final de todos los videos, se puede apreciar un plano general abierto, en este se visualiza al pregonero en plena ejecución de su trabajo, lo que se genera con esto, es mostrar los pequeños detalles, que hacen parte en la vida cotidiana de estos individuos.</p> <p><b>Video:</b> Lo primero que se visualiza son los subtítulos, ya que teniendo en cuenta que la jerga utilizada, en algunos casos existen palabras de las cuales no se entiende su significado y esto podría generar una pérdida de contexto, estos subtítulos ayudan a entender un poco el léxico, con referencia al desarrollo, son varias locaciones, ya que estos pregoneros, caminan por toda la ciudad vendiendo sus productos, al igual se relacionan tomas, donde aparecen ellos, mientras trabajan o compartiendo situaciones fuera de su actividad laboral, todos los videos, tienen esta característica.</p> <p><b>Narrativa:</b> La narrativa en este caso se destaca en la medida que la narrativa utilizada, es ligado al coloquialismo, ya que el lenguaje utilizado por estos pregoneros, es típica del argot paisa. La forma de mostrarse es siendo ellos mismos, utilizando palabras autóctonas de este lugar, además esta es la manera más fácil de llegar a sus futuros compradores, ya que estos le entienden lo que están diciendo. Se convierte en una forma fácil de crear esa empatía que caracteriza a estos pregoneros. Este elemento diferenciador, logra captar la atención del espectador, ya que posiblemente no conozca de este tema (a menos de que sea oriundo de Medellín o habite en esta ciudad) y es muy dinámico en el momento de contar la historia, lo que genera que el participante de la experiencia se enganche más en el desarrollo del tema</p>		

<b>Ficha No. 5</b>		
<b>Descriptivo:</b> <u>  x  </u> <b>Analítico:</b> <u>  x  </u>		
<b>Fecha:</b> 30/10/2018	<b>Hora:</b> 10:30 a.m.	<b>Lugar:</b> Bogotá, Colombia
<b>Título:</b> El Naranjal, antes que desaparezca (2015), Punto Link Casa Creativa. Recuperado de: <a href="http://www.antesquedesaparezca.com/elnaranjal/">http://www.antesquedesaparezca.com/elnaranjal/</a>		
<p><b>Campo descriptivo:</b> Este documental transmedia trata sobre un barrio ubicado en la ciudad de Medellín, Colombia, el propósito de la realización de dicho documental radica en que ‘El Naranjal’, es un barrio ubicado en el centro de esta ciudad y que al parecer va a ser destruido con un pretexto de renovación urbana, llevándose a su paso la historia de este icónico barrio y la de sus habitantes. Muestran el estilo de vida de los más representativos y allí mismo cuentan la historia del barrio y lo importante que es para la ciudad de Medellín, utilizando esta producción transmedia como símbolo de lo perder la memoria histórica tanto de un barrio, ciudad o país. De este elemento multimedial, se realiza el análisis de las cuatro categorías, que componen el microvideo:</p> <p><b>Audio:</b> Resaltando el propósito principal de los websodios en resaltar la naturalidad en el momento de la grabación, la calidad del audio en este caso es limpia, donde el sonido ambiente se compagina con la voz del habitante entrevistado. De igual manera lo articulan con música incidental, que amenice estos dos elementos.</p> <p><b>Imagen:</b> En la parte de la imagen, es el elemento que se desarrolla más, teniendo en cuenta el concepto de naturalidad que dicho producto transmedia trabajó, es decir, los habitantes los filman mientras realizan sus labores diarias, esto significa que el producto dejó de ser estático a ser dinámico, en 10 segundos de filmación pueden aparecer tres planos, (Primer plano, plano medio, plano general) y así es el desarrollo de los videos. Aunque dependiendo la situación del video, puede pasar de dinámico a estático y allí se mantiene un solo plano, en la mayoría de casos, predomina el plano medio.</p> <p><b>Video:</b> Como característica principal en todos los websodios mostrados en esta plataforma transmedia, es que no existen efectos o transiciones, por ejemplo, fades, pero todo dentro de un proceso de edición está armado dentro de un contexto, estructura y desarrollo del video, todos los videos presentan esta característica, se deduce que el propósito de esto, es contar la historia de estos habitantes de la manera más natural posible. No aparecen títulos aparte de una imagen del proyecto con el nombre del o la habitante y a que se dedica.</p> <p><b>Narrativa:</b> La narrativa que maneja este documental transmedia, prioriza la cotidianidad, mostrando a sus habitantes más conocidos, esto radica en los años que viven en dicho barrio o por su trabajo, cada persona muestra su día a día, en su forma de expresarse es lo mismo, muestran naturalidad, característica de estos productos transmedia, ligados a una parte social, como es este caso, cada habitante entrevistado cuenta su diario vivir a su manera y esto es lo que genera la ‘chispa’ y el elemento que atrapa al futuro prosumidor.</p>		

## **Aportes analíticos**

Teniendo como base el documental transmedia “Mujeres en Venta”, se determina el alcance y el papel de la comunicación digital e interactiva, la importancia de este, radica en que la era digital abarca muchas áreas de la sociedad y una de ellas es la parte humana ligado a las ciencias sociales, la posibilidad de utilizar plataformas, que permitan crear y difundir información de una manera diferente, posibilita que su transmisión y el eco del mensaje sea mayor.

La participación activa del individuo como cibernauta, es una base primordial, ya que esto genera un proceso de retroalimentación y esto permite que la información se mantenga vigente y no se pierda o quede en los anaqueles, como es el caso del documental tradicional, este se realiza, dura un tiempo reproduciéndose y posterior a ello, muy rara vez se vuelve a conocer.

De allí surgen los prosumidores, personas encargadas de ver un contenido y sobre este generar otro similar con relación al mismo tema, además la interacción crece y es más activa la participación, el propósito de un proyecto transmedia, es que salga de su raíz, puede ser por ejemplo, de un documental y aprovechando la cantidad de plataformas que la internet y la tecnología nos brinda para tenerlos al alcance de la mano, poder extender dicha raíz y generar nuevas narrativas adaptándolas a estas plataformas.

El foco central de ello es generar un proceso comunicativo distinto, que permita visibilizar un problema a nivel social en este caso, analizando productos similares a “Mujeres en Venta”, se pudo evidenciar, que el fin en la mayoría de estos casos era el de dar a conocer una problemática y en algunos casos mitigarla con ayuda de las personas, participando directa e indirectamente del mismo.

En este trabajo investigativo, se hizo énfasis en el microvideo, como insumo base de difusión, utilizado tanto en “Mujeres en Venta” como en otros proyectos transmedia. Este elemento es importante y funcional, porque se adapta perfectamente a una era en que entre la información sea corta y concisa para difundir y visualizar, es mejor. Este video de mayor



duración a 3 minutos, permite generar interacción y motivación para que las personas estén en la capacidad de hacer un video similar, la producción y el contexto puede variar, pero la esencia no.

La información y la comunicación han cambiado en su manera de creación y difusión, por ende, la comunicación interactiva y digital, han abierto la puerta a una nueva experiencia donde la información llega directamente al prosumidor y así mismo el individuo la apropia y se puede convertir en un sinónimo de cambio a través de un proyecto transmedia o ligado a estos tipos de comunicación.

Cabe destacar que la identificación de estas cuatro categorías que componen el mismo, permite determinar la importancia del movisodio, tanto como para un proyecto audiovisual como para un proyecto transmedia como elemento que permita el desarrollo de la comunicación digital e interactiva. La incorporación de estos mismos da cuenta de que en cualquier realización de este tipo de movisodios, deben estar incorporados estos elementos, (Audio, Imagen, Video y la Narrativa). Podría variar el uso de estos mismos, debido al criterio del autor en su realización, pero como reflejo de los 5 ejemplos expuestos anteriormente, muestran que en cada uno están estos cuatro elementos, cada uno cumple una función específica y hace parte intrínseca del desarrollo del mencionado producto.

El movisodio se ha convertido en un elemento importante dentro del desarrollo de un proyecto de tipo transmedia, ya que primero la duración es bastante corta y permite que la información y/o mensaje, sean lo más concretos posible, además en la era digital, todo se ha vuelto más simple, por ende, el espectador y posible futuro prosumidor, podrá tanto interesarse por el proyecto como captar y apropiarse del mensaje. Segundo, la capacidad del mismo de apropiarse de las plataformas, porque no todas las plataformas donde va destinado el movisodio, se manejan de la misma manera, pero allí es donde interviene la multiplataforma, la articulación de las plataformas permite que la difusión del mensaje sea mayor y que la interacción con el mismo se incremente, además se convierte en un canal de acceso al resto de contenidos, con los que permite interactuar por ejemplo un documental transmedia (cómic, cuñas radiales, libros, mapas, etc).

Estos productos transmedia (movisodio) han adquirido mucho valor en los últimos años de la consolidación de la comunicación digital, debido al impacto social que estos llegan a tener. Realizando el anterior análisis con elementos reales, con productos transmedia realizados, en busca de mostrar el mensaje de una manera más dinámica diferente, que sea del agrado del espectador y que este último se apropie del tema en concreto que es el propósito al cual el realizado de un proyecto transmedial, busca lograr.

Se pudo evidenciar, que estos proyectos en su mayoría tienen un fin social, por ejemplo dar a conocer una problemática o crear una comunidad, este tinte de apoyo social, dónde se logre una unidad que permita al desconocido, volver partícipe activo de una causa a través de un proyecto transmedia, que a través de la viralización de un movisodio en una red social ejemplo Facebook, logre llamar la atención de más personas que posiblemente han padecido esta problemática o en su defecto tienen una historia que contar y crear un hilo conductor entre movisodio - espectador (prosumidor) - producción transmedia.

La comunicación digital, se ha convertido en la nueva manera de comunicar, dónde es directa, al instante, que permite a la persona ser partícipe y no un simple espectador, que conoce el mundo a su alrededor en cuestión de segundos y estos elementos como la transmedia han consolidado el papel de esta comunicación digital, como pieza fundamental en su desarrollo, el alcance con el que este ha llegado, ha permitido que elementos como el movisodio, hayan tenido relevancia en una era digital a la cual se acopla con suma facilidad.

El movisodio se ha convertido en una puerta de entrada a cualquier proyecto transmedia y esto lo hace atractivo, además este es un elemento que permite que el prosumidor, se motive a hacer su propio contenido, ligado al elemento base por ejemplo, un documental transmedia, por eso la articulación del movisodio dentro de un proyecto transmedia, permite la consolidación y desarrollo de este elemento de la comunicación digital e interactiva, cuyo papel dentro de la era digital es fundamental y fundamental, en la generación de nuevos proyectos, contenidos y nuevas maneras de difusión, participación de un mensaje o un propósito en concreto.

## Actividades

Cronograma	Semanas						
	1	2	3	4	5	6	7
Revisión Documental. <i>Se realizó una revisión documental con respecto al foco central de la investigación principal. (Narrativas transmedia y sus elementos).</i>	x	x					
Identificación de categorías			x				
Análisis de Contenido. <i>Tomando al movisodio como objeto de estudio, se procedió a realizar el análisis de este elemento, dentro de las narrativas transmedia.</i>				x			
Creación de producto audiovisual ( <i>websodio</i> ) Realización de entrevistas					x	x	
Presocialización						x	
Sustentación							x
Presentación de ajustes							x

## Resumen

Este proyecto de investigación tiene como objetivo principal identificar, reconocer y analizar cuál es la caracterización de las herramientas tecnológicas y los formatos que dieron pie para la creación y narración de productos transmedia, que principalmente fueron identificados dentro de la página principal de “Mujeres en Venta”, dicho proyecto realizado por la Maestría en Comunicación Digital e Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

Para ahondar en este tema, se debe hacer referencia en las fundamentaciones teóricas acerca de los postulados de contenidos transmedia, como lo es en este caso. Henry Jenkins, quien hace mención que, los productos transmedia se dan como inicio a la hora de alojarse dentro de los sitios web para que se dé un proceso comunicativo y se halle un desarrollo dentro de consumidores que posteriormente estos posiblemente se conviertan en prosumidores.

La complicidad de los prosumidores siempre será el objetivo central, ya que esto ayudaría a la diversificación de los procesos de expresión y expansión de los contenidos de interés, por esto es que, desde el análisis realizado, se busca el eje central de cada componente de los movisodios que se encuentran dentro del proyecto Mujeres en Venta.

El alcance de diferentes medios de comunicación empoderó el desarrollo de participación dentro de plataformas web, por esta razón es que, nuestra colaboración en este proyecto, ayuda a encaminar cuáles fueron los procesos semióticos dentro de la construcción de contenidos que en este caso son llamados Movisodios, que se validan dentro del término de mini-video que determine generar un aprendizaje dentro de la categoría web 3.0.

## **Abstract**

The main objective of this research project is to identify, recognize and analyze the characterization of the technological tools and formats that gave rise to the creation and narration of transmedia products, which were mainly identified within the main page of "Mujeres en Venta", Said project carried out by the Master in Digital and Interactive Communication of the National University of Rosario, Argentina.

To delve into this issue, reference should be made in the theoretical foundations about the postulates of transmedia content, as it is in this case. Henry Jenkins, who makes mention that, the transmedia products are given as a start when it comes to staying inside the websites for a communicative process to take place and a development is found within consumers that later may possibly become prosumers.

The complicity of the prosumers will always be the central objective, since this would help to diversify the processes of expression and expansion of the contents of interest, that is because, from the analysis carried out, the central axis of each component of the Mobisode that are within the Mujeres en Venta project.

The scope of different communication media empowered the development of participation within web platforms, for this reason, our collaboration in this project helps to direct what were the semiotic processes within the construction of contents that in this case are called Mobisode, that are validated within the term of mini-video that determines to generate a learning within the category web 3.0.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

La transmedia se ha convertido en una herramienta que ha consolidado la comunicación digital e interactiva, en un nuevo camino en el cual permitió que los espectadores, se transformaran a prosumidores, encargados de diversificar el contenido, a través de diferentes medios (cómic, movisodios, infografías, cartografías, etc). Todo esto mediante un elemento base, puede ser un documental, videojuego, película).

El alcance que puede tener la transmedia en fines comunicativos, es la de dar a conocer una información o un mensaje de una manera distinta, cuyo papel de la comunicación digital e interactiva, propició la intervención de la audiencia, con el fin de que estos mismos se apropiaran del mensaje que pretenden transmitir, con un aporte a través de la creación de contenidos, que permite consolidar este proceso comunicativo e interactivo.

Dentro del análisis se logró identificar, que las herramientas para realizar un contenido transmedia, están al alcance de la mano y este mismo quedó evidenciado con el objeto de estudio, que en este caso fue el movisodio. Las categorías de investigación que partieron de los elementos que componen dicho producto audiovisual, están a nuestro alrededor, los visualizamos, escuchamos y leemos, dichos elementos permiten ser cuya aplicados en cualquier contenido transmedia, aunque varía según el que realice el proyecto transmedia, la utilización de estos 4 elementos.

La era digital ha estado inmersa dentro de la sociedad actual y por ende las formas de comunicar han cambiado, en algo más inmediato, dinámico y diverso, donde un documental ya no queda en los anaqueles, ni cubierto por el polvo, sino que este mismo documental, puede trascender y el mensaje o información que desea transmitir, puede generar un eco en la audiencia, llegando al punto en que estos entes, logran ser parte activa en la creación y narración de un documental que se transformó y se convirtió en un documental transmedia.

### **Recomendaciones**

- Generar un espacio propicio en donde se adhiera a la investigación la problemática social, en este caso es mujeres en venta, ya que se evidencia una situación negativa

que le compete a la sociedad donde se ven involucrado mujeres, no solamente en la Argentina, sino en diferentes partes del mundo.

- Los contenidos generados a partir de esta investigación se logren subir a una plataforma, que permita la divulgación y conservación del material, informes y productos comunicativos desarrollados como auxiliares de investigación.

## Anexos

### Guion Técnico

GUIÓN TÉCNICO INFORME AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN: APOYO EN AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN “EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA EN LA EXPANSIÓN NARRATIVA DEL DOCUMENTAL TRANSMEDIA ‘MUJERES EN VENTA’”				
SEC	PLANO	IMAGEN	SONIDO	TIEMPO
1	GENERAL	PERSONA HABLANDO DEL TEMA REFERENTE A TRANSMEDIA	VOZ IN	10 SEG
2	MEDIO	ENTRADA A ENTREVISTADO	VOZ IN	10 SEG
3	PANEO	IMÁGENES TEMÁTICA A TRATAR (TRANSMEDIA) (MOVISODIO)	VOZ OFF	20 SEG
4	PRIMER PLANO	MANOS Y CARA DE PERSONA ENTREVISTADA	VOZ IN	30 SEG
5	PANEO	LUGAR EN DONDE SE REALIZA EN LA ENTREVISTA, LUGAR (FONDO BLANCO)	VOZ OFF	20 SEG
6	MEDIO	PERSONA HABLANDO DEL TEMA REFERENTE A TRANSMEDIA	VOZ IN	30 SEG
7	GENERAL	MATERIAL DE APOYO PARA HACER MENCIÓN DEL TEMA	VOZ OFF	20 SEG
8	GENERAL	LÚDICA PARA HACER MENCIÓN DE LA TEMÁTICA	VOZ OFF/MÚSICA	30 SEG
9	MEDIO	ENTREVISTA CON PREGUNTAS DE ACUERDO A EXPERIENCIA Y TEMÁTICA	VOZ IN	40 SEG
10	GENERAL	IMÁGENES DE APOYO PARA CONCLUIR, PERSONAJE EN IN PARA FINALIZAR LA TEMÁTICA	VOZ OFF/MÚSICA	30 SEG

### Preguntas sobre las cuales se realizaron las entrevistas

1. ¿Cómo se realiza un proyecto audiovisual?
2. ¿Bajo qué características se diseña un producto audiovisual?
3. ¿Aproximadamente de cuánto es la durabilidad de los proyectos audiovisuales (microvideo)?
4. ¿Cuál es la intención de la durabilidad de dicho producto?
5. Desde su experiencia, ¿Cuál es el propósito de crear un producto audiovisual, en este caso movisodio?
6. ¿Cuál es la importancia de estos productos transmedia dentro del desarrollo de la comunicación digital?
7. Siendo usted un realizador de contenido audiovisual, ¿Cuánto cree usted que la población en general valora este campo de trabajo?
8. ¿Cree usted que los contenidos audiovisuales marcan memoria en los consumidores de estos productos?

## Bibliografía

- Alcalá Mellado, J. R., & Navarro Oltra, G. (2008). Una introducción a la imagen digital y su tratamiento. Recuperado de: [http://www.academia.edu/1499117/Una\\_introducci%C3%B3n\\_a\\_la\\_imagen\\_digital\\_y\\_su\\_tratamiento](http://www.academia.edu/1499117/Una_introducci%C3%B3n_a_la_imagen_digital_y_su_tratamiento)
- Arias, V. M., & Giraldo, M, C. (2011). El rigor científico en la investigación cualitativa. Investigación y Educación en Enfermería, 29 (3), 500-514. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105222406020>
- Castells, M. (2010) Comunicación y poder. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Costa, S. C., & Piñeiro, O. T. (2014). Estrategias de comunicación multimedia. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- de la Fuente Sánchez, D., & Hernández Solís, M., & Pra Martos, I. (2013). El mini video como recurso didáctico en el aprendizaje de materias cuantitativas. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331429869008>
- Fernández, C. F. (2006). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- García, J. J. (1993). Narrativa Audiovisual. Madrid, España. Cátedra Editorial.
- Gifreu, C. A. (2014). El documental interactivo: evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- lapichino, R. A. (2011). La composición audiovisual: dimensiones narrativas del sonido y la música en la imagen. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Lorán, H. M. D., & Cano, G. Á. P. (2017). La comunicación audiovisual en la empresa: formatos, nuevas fórmulas y usos. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Moraima Campos, M., & Auxiliadora Mújica, L. (2008). EL ANÁLISIS DE CONTENIDO: Una forma de abordaje metodológico. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111892008>



- Morales, C. A. (2018). Fundamentos de la Investigación Documental y la Monografía. Recuperado de: <http://www.webdelprofesor.ula.ve/odontologia/oscarula/publicaciones/articulo18.pdf>
- Ontoria, P. A., & Gómez, J. P. (2010). Aprender con mapas mentales: una estrategia para pensar y estudiar. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Roig, A. (2013). Interacciones: producción multiplataforma y cross-media. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Saavedra, B. P. (2011). Los documentos audiovisuales: qué son y cómo se tratan. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Scolari, C. (2012) Más allá de la ficción: El documental transmedia. Recuperado de: <https://hipermediaciones.com/2012/05/09/mas-alla-de-la-ficcion-el-documental-transmedia/>
- Scolari, C. (2013) Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2013). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Scolari, C. (2014) Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Recuperado de: [https://www.socialnautas.es/wpcontent/uploads/2016/10/6Transmedia\\_CScolari.pdf](https://www.socialnautas.es/wpcontent/uploads/2016/10/6Transmedia_CScolari.pdf)
- Scolari, C. (2017) El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. Recuperado de: [http://www.fge.es/lalectura/docs/Carlos\\_A\\_Scolari%20175-186.pdf](http://www.fge.es/lalectura/docs/Carlos_A_Scolari%20175-186.pdf)