

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

e-ISSN 2014-5039

Estrategias participativas y colaborativas en la narrativa factual



UVIC
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

 **UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

No. 12
Febrero-Agosto
2017

OBRA DIGITAL revista de comunicación

Número 12 / Febrero-Agosto 2017

OBRA DIGITAL Edición Digital

Número de depósito legal B-19957-2016

ISSN 2462-6384 (print) / e-ISSN 2014-5039 (online)

Obra digital, es una revista internacional de acceso abierto con un sistema de revisión anónima por pares. Está interesada en la Investigación de la Comunicación y áreas relacionadas, no solo desde una perspectiva teórica y práctica de la Comunicación digital, también en tendencias, nuevos desarrollos, comunicación y educación, diseño, marketing y publicidad digital, comunicación móvil y videojuegos. Se publica semestralmente en los meses de febrero y septiembre. Se encuentra indexada en diversas bases de datos y catálogos. Fue creada en 2011 con el soporte de la Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña y actualmente coeditada con la Universidad del Azuay. Obra Digital además de su formato impreso se publica en formato digital en www.obradigital.com

Sagrada Familia 7, 08500 Vic - España

obradigital@uvic.cat

Editores responsables:

Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña / Universidad del Azuay

UVIC
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA



La revista no se hace responsable de las ideas y opiniones expresadas en los trabajos publicados. La responsabilidad plena es de los autores.



Esta obra está bajo una licencia No Comercial 3.0 de Creative Commons (by-nc). Los contenidos pueden ser utilizados de acuerdo a los términos de la licencia CC. esta licencia implica que se puede copiar, distribuir y comunicar públicamente los contenidos siempre que se cite al autor y se mencione el enlace de la obra. No es posible hacer un uso comercial de la obra original.

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

ISSN 2462-6384

e-ISSN 2014-5039

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

Equipo Editorial / Editorial Team

- Dra. Ruth S. Contreras Espinosa, Director-Editor / Director-Editor in Chief. Universidad de Vic- Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Arnau Gifreu Castells, Codirector / Co-director. Universidad de Vic- Universidad Central de Cataluña, España
- Dra. Narcisa Ullauri, Directora Adjunta / Deputy Director. Universidad del Azuay, Ecuador
- Mireia Salgot Negre, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña

Asistentes de dirección / Director's Assistant

- Juan Carlos Lazo Galán, Universidad del Azuay, Ecuador
- Raquel Godinho Paiva, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-río-grandense- IFSul, Brasil
- Ricard Giramé-Parareda, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. David Roman Coy, EADA. Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España

Comité Científico / Scientific Committee

- Dr. Hernane Borges de Barros Pereira, Faculdade de Tecnologia SENAI CIMATEC Universidade do Estado da Bahia, Brasil
- Dra. Cristina Perales García, Universidad Pompeu Fabra, España
- Dr. Joaquim Marqués, Universitat de Girona, España

- Dr. Joan-Francesc Fondevila, Universitat Pompeu Fabra, España
- Dra. Amparo Huertas Bailén, Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona, España
- Dr. Tarcisio Torres Silva, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Brasil
- Dr. Pedro Pereira Correia, Universidad de Madeira, Portugal
- Dra. Barbara Scifo, Università Cattolica of Milan, Italia
- Dra. Heloisa Candello, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
- Dr. Flavio Escribano, Escola de Noves Technologies Interactives. Universitat de Barcelona., España
- Dr. Ibrahim Kushchu, Mobile Government Consortium, Reino Unido
- Dr. Carlos A. Scolari, Universitat Pompeu Fabra, España
- Dra. Clara Fernandez Vara, New York University, Estados Unidos
- Dr. João Carlos Massarolo, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
- Dra. Mito Akiyoshi, Shensu University, Japón
- Dr. Luis Navarrete, Universidad de Sevilla, España
- Dra. Irene García Medina, Glasgow Caledonian University, España
- Dr. Alexandre Pereda, Barcelona Media, España
- Mireia Mascarell Llosa, Barcelona Media, España
- Peter Nigel Power, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Tailandia

- Dra. Giorgia Miotto, EADA., España
- Dra. Pilar Acosta Márquez, Universidad Veracruzana, México
- Dra. Gloria Jimenez Marin, Universidad de Sevilla, España
- Dra. Carla Lopes Rodriguez, Universidade de Lisboa, Portugal
- Dra. Anna Urroz Osés, BAU- Centro Universitario de Diseño, España
- Dra. Lourdes Cilleruelo Gutierrez, Universidad del País Vasco, España
- Dra. Carla Medeiros, Escola Superior de Comunicação Social, Portugal
- Dra. Ana Castillo Díaz, Universidad de Extremadura, España
- Dra. Rosangella Leote, Universidade Estadual Paulista, Brasil
- Luis Lucas Pereira, Universidade de Coimbra, Portugal
- Dr. Renato Hildebrand, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
- Asher Rospigliosi, University of Brighton, Reino Unido
- Dr. Ernesto Ramón Ríspoli, BAU- Centro Universitario de Diseño, España
- Dra. Evani Andreatta Amaral Camargo, Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil
- Dr. Gilberto Alexandre Sobrinho, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
- Dra. Dora Ivonne Álvarez Tamayo, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México
- Dra. Elizabeth Bianconcini de Almeida, Universidade Católica de São Paulo, Brasil
- Dra. Maira Gregolin, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
- Dra. Cristina Boralleras Andreu, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dra. Zahaira F. González Romo, España
- Dr. Xavier Ginesta, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dra. Clara De Uribe Salazar, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Santos M. Mateos Rusillo, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dra. Alejandra Aramayo García, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Jordi De San Eugenio Vela, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Joan Frigola Reig, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Jordi Serrat Manen, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España

Documentalista / Documentalist

- Mercè Montanyà Comelles, Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya, España

EDITORIAL



pp. 7-11

Estrategias participativas y colaborativas en la narrativa factual

Participatory and collaborative strategies in factual narrative

Arnau Gifreu-Castells

Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña

ARTÍCULO



pp. 13-25

Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control: metodologías participativas en ficción y no-ficción

Collaborative cinema, between discourses, experimentation and control: participatory methodologies in fiction and non-fiction.

Antoni Roig Telo

Universitat Oberta de Catalunya

ARTÍCULO



pp. 27-51

Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social

Cinema production, distribution and exhibition from a new perspective: the social web

Yasmín Sayán Casquino

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

ARTÍCULO



pp. 53-67

Re-construcciones visuales de la memoria: la interpretación crítica del imaginario colectivo a través del webdocumental

Visual reconstructions of memory: the critical interpretation of the collective imaginary through web documentaries

Roberto Arnau Roselló

Universidad Jaume I

ARTÍCULO

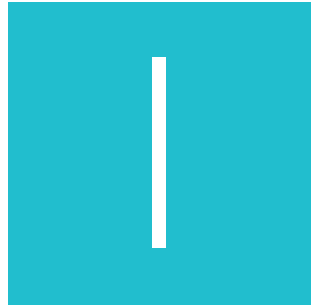
4

pp. 69-85

El documental social participativo: el protagonista como sujeto de la historia

Participative social documentaries: the protagonist as the subject of the story

Jacobo Sucari
Universidad de Barcelona



ÍNDICE

ARTÍCULO

5

pp. 87-99

La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo: participación y navegación cognitiva

Image-based narrative in long-form transmedia journalism: participation and cognitive navigation

Denis Renó
Universidad Estadual Paulista
Luciana Renó
Universidad de São Paulo

ARTÍCULO

6

pp. 101-121

La narrativa hipermedia en el museo. El presente del futuro

Hypermedia narratives in museums. The present of the future

Borja Barinaga López
Universidad Francisco de Vitoria de Madrid
Isidro Moreno Sánchez
Universidad Complutense de Madrid
Andrés Adolfo Navarro Newball
Universidad Javeriana de Cali

ARTÍCULO

7

pp. 123-144

Activismo Transmedia. Narrativas de participación para el cambio social

Transmedia activism. Participatory narratives for social change

Pedro Ortuño Mengual
Universidad Politécnica de Valencia
Virginia Villaplana Ruiz
Universidad de Murcia



Estrategias participativas y colaborativas en la narrativa factual

Participatory and collaborative strategies in factual narrative



EDITORIAL

Arnau Gifreu-Castells

Profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña

Profesor, investigador y realizador en el ámbito del audiovisual y el multimedia. Doctor en Comunicación acreditado y Master en Artes Digitales por la Universidad Pompeu Fabra. Investigador afiliado del Open Documentary Lab (Massachusetts Institute of Technology) y miembro de la organización i-Docs (University of the West of England). Autor de artículos y de libros sobre la no ficción interactiva y transmedia y el caso del documental interactivo.

orcid.org/0000-0001-7856-1391

Resumen:

La narrativa factual es aquella que parte de la realidad para explicar historias. Dentro de este vasto campo de lo real se propone el estudio de tres formas de expresión específicas: la audiovisual, interactiva y transmedia. Durante los últimos años, cada una de estas formas de expresión ha desarrollado unas estrategias y mecanismos propios para incentivar la colaboración, participación e involucración de las audiencias. Ya sea a partir de programas comunitarios, proyectos participativos o plataformas que empoderan a los usuarios, las posibilida-

des que nos brindan estos proyectos fácticos parecen no acabarse y reinventarse en cada nueva forma de expresión. En este monográfico analizaremos como estas tres formas han incidido en el ámbito de la no ficción a partir de la selección de algunos géneros y formatos propios como el documental, el periodismo, los museos o el ensayo.

PALABRAS CLAVE

Narrativa factual, participación, colaboración, documental, periodismo, museo, ensayo

Abstract:

Factual narratives are based on an assumed referential veracity in regard to their stories. Within this vast field of reality, we describe three specific forms of expression: audiovisual, interactive and transmedia. Over recent years, each of these forms of expression has developed its own strategies and mechanisms to encourage collaboration, participation and involvement of audiences. Whether through advertising, community programs, participative projects or platforms that empower users, the possibilities of these factual projects seem to

go on and on, being reinvented in each new form of expression. In this paper, we analyze how these three forms have influenced the field of non-fiction, on the basis of a selection of key genres and formats such as documentaries, journalism, museums and essays.

KEYWORDS

Factual narrative, Participation, Collaboration, Documentary, Journalism, Museum, Essay

La narrativa factual es aquella que parte de la realidad y de una supuesta veracidad de los hechos acontecidos para explicar historias. Este territorio particular de la realidad es un campo de juego intenso y apasionante, pero también complejo y de difícil acceso muchas veces para los narradores de historias. El dominio y control que se ejerce en la ficción deja paso a un escenario donde lo real se puede manifestar potencialmente de muchas formas. Y lo que sucede una vez con una determinada forma, quizás no vuelva a ocurrir nunca bajo las mismas circunstancias, es decir, no habrá una segunda oportunidad exacta como sí la puede haber en la ficción.

Desde que apareció el cine, en sus formas de expresión audiovisual, interactiva y transmedia se han generado un conjunto de estrategias y mecanismos propios para incentivar la colaboración, participación e involucración de las audiencias. Desde fórmulas tradicionales como la publicidad o el marketing, los proyectos participativos o de intervención social que se iniciaron durante las últimas décadas del siglo XX,

o las más recientes plataformas digitales que empoderan a los usuarios fruto de la emergencia del medio interactivo, las posibilidades que nos brindan estos dispositivos fácticos parecen no acabarse y reinventarse en cada nueva forma de expresión.

El extenso campo de la denominada “no ficción” o “ámbito factual” se encuentra poblado en la actualidad por un número abundante de especies y subespecies propias y autóctonas como el documental, el periodismo en sus variadas formas y acepciones, el filme ensayo, el vídeo utilizado con fines específicos, el ámbito de la educación, los museos, y en general otras formas propias del audiovisual expandido. El crecimiento acentuado de este campo, con la aparición y emergencia de más subespecies cada día, nos invita a pensar y repensar estas nuevas formas híbridas ubicadas en la intersección de géneros, formatos y discursos, para intentar divisar su potencial contribución a los medios de comunicación y a los estudios culturales en general. Este número monográfico pone el ojo y el foco en el ámbito de la no fic-

ción a partir de la selección de algunos géneros y formatos propios que han sabido explotar estas nuevas fórmulas, como el documental, el periodismo, los museos o el ensayo.

Acababa el siglo XIX cuando los hermanos Lumière y sus operadores recién habían iniciado la historia fílmica de muchos países, abriendo después su monopolio a otros interesados en el séptimo arte. Durante esos primeros años, predominaba un tipo de cine de no ficción muy cercano a la crónica y el reportaje, hasta que en la primera década del siglo XX todo empezó a cambiar: aparecieron las primeras películas de no ficción y Georges Méliès mostró al mundo el potencial que tenía el cine para contar historias de ficción construyendo los relatos desde cero. Desde entonces, ha sido tal su dominio en el ámbito audiovisual que la “no ficción” parece haber quedado en un segundo plano.

Sin embargo, con el paso del tiempo y el nacimiento del audiovisual interactivo y transmedia, el campo de la “no ficción” ha demostrado ser un campo experimental idóneo para construir y deconstruir discursos, formatos y lenguajes, una disciplina apta para acoger planteamientos creativos de largo alcance e impacto social. Con esta propuesta que presentamos en este monográfico, nos interesa analizar y reflexionar sobre estas nuevas formas narrativas, ya que los nuevos elementos y planteamientos resultantes pueden incidir decisivamente en la calidad, comprensión e impacto de estas obras como nuevo lenguaje audiovisual.

En el primer artículo, ‘Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control: metodologías participativas en ficción y no-ficción’, Antoni Roig, investigador y profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la

Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya, nos propone una exploración inicial de algunas de las principales características del cine colaborativo, partiendo de una discusión sobre la noción de participación basada en los estudios sobre democracia. A través de dos casos-ejemplo paradigmáticos, el autor identifica algunas discrepancias entre los discursos y la implementación de procesos reales de participación, así como diferencias y continuidades entre las metodologías de creación colaborativa cinematográfica en el campo de la ficción y la no-ficción.

Como complemento al necesario contexto ofrecido en el primer artículo, Yasmin Sayán, profesora de Comunicación Audiovisual y Medios interactivos de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, introduce en la segunda propuesta de este monográfico un conjunto de herramientas y estrategias útiles tanto para los productores como para la audiencia de los medios tradicionales en su artículo ‘Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social’. Los cambios en la cadena de producción, el modelo de negocio o las nuevas plataformas digitales son algunos nuevos ingredientes que la autora cita para argumentar y focalizar sus estudios de caso latinoamericanos.

Ya entrando en materia específica sobre las cuatro formas de expresión narrativa que abarca este número, el primer género en el que se centra este monográfico es el documental. La primera propuesta, autoría de Jacobo Sucari, investigador y profesor de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona, pone el foco en las metodologías participativas en el audiovisual basadas en las experiencias del do-

cumental social participativo y la configuración de grupos de trabajo a partir de la Investigación y Acción Participativa. En su aportación, 'El documental social participativo: el protagonista como sujeto de la historia', Sucari expone que el protagonista, re-configurado como sujeto de la enunciación a partir de metodologías participativas, potencia el desarrollo de experiencias documentales que configuran un nuevo corpus teórico-práctico.

La segunda aportación en relación al ámbito documental la propone Roberto Arnau Roselló, investigador y profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Jaume I. Con su artículo 'Re-construcciones visuales de la memoria: la interpretación crítica del imaginario colectivo a través del webdocumental', Roselló propone el estudio específico de algunas propuestas interactivas cuyo análisis revela una capacidad sin precedentes para articular un arsenal multimedia en torno a la re-construcción de algunas memorias perdidas. Para ilustrar su teoría, el autor usa un conjunto de estudios de caso que proponen una reflexión metalingüística sobre el rol de la propia representación colectiva en la construcción de la iconografía digital contemporánea, y en especial en la configuración del imaginario colectivo en España.

El segundo gran género que abarca este monográfico es el periodismo. Para reflexionar sobre el potencial de este género y en especial del reportaje como forma narrativa a destacar, Denis Renó, investigador y profesor de la Universidad Estadual Paulista (Unesp), y Luciana Renó, investigadora y profesora del Departamento de Jornalismo e Editoração de la Universidad de São Paulo, realizan una aproximación

al poder de la imagen en su artículo 'La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo: participación y navegación cognitiva'. En su contribución, describen un tipo de periodismo multiplataforma, transmedia y que usa la técnica del reportaje *long form* especialmente en el campo digital. El artículo presenta el estudio de caso en profundidad del reportaje *Líquido e incerto: o futuro dos recursos hídricos no Brasil*, publicado por el periódico brasileño Folha de S. Paulo en su versión digital.

La museística se configura como otro campo interesante para explorar su relación con la no ficción y sus estrategias colaborativas y participativas. En 'La narrativa hipermedia en el museo. El presente del futuro', los investigadores Borja Barinaga López, profesor de la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid, Isidro Moreno Sánchez, profesor de la Universidad Complutense de Madrid, y Andrés Adolfo Navarro Newball, profesor de la Universidad Javeriana de Cali, nos cuentan como la narrativa hipermedia convierte el espacio del museo físico en virtual, ubicuo y accesible incluso desde los dispositivos móviles. Su aportación a este monográfico plantea el presente de la narrativa hipermedia en el museo y apunta algunas claves para su necesaria evolución, porque, como argumentan los autores, el museo actual no utiliza todo el potencial que este tipo de narrativas promueven, ni la interactividad con interacción orientada a la participación y la cooperación de todas las personas.

Finalmente, en la intersección de varios campos y disciplinas, Virginia Villaplana, investigadora y profesora de la Facultad de Comunicación y Documentación en la Universidad de Murcia, y Pedro Ortuño Mengual, profesor e investiga-

dor del área de escultura de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Murcia, con su artículo 'Activismo Transmedia. Narrativas de participación para el cambio social', proponen una revisión de prácticas activistas mediáticas, origen de las formas participativas de la narrativa transmedia en relación al lugar y la acción política. A partir de un conjunto de estudios de casos cercanos al ensayo y la experimentación visual, los autores analizan prácticas artísticas de colectivos activistas y propuestas innovadoras desarrolladas con dispositivos móviles vía GPS y webdoc. En este sentido, proponen tres líneas discursivas sobre el activismo transmedia: las aperturas narrativas del territorio y la ciudadanía, las políticas de acción y represen-

tación colectiva, y finalmente, la expresión de la experiencia mediante el testimonio.

Finalmente, dedicar un agradecimiento sincero a todos los colaboradores y colaboradoras de este monográfico por su buena predisposición a la hora de preparar y realizar las revisiones de los textos. Porque sin ellos, este número nunca hubiera sido una realidad. Porque, en realidad, cuando hablamos de realidad, ésta siempre supera a la ficción, miremos por donde miremos.

Dr. Arnau Gifreu-Castells

Coordinador del monográfico
Co-director revista científica Obra Digital

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control: metodologías participativas en ficción y no-ficción.

Collaborative cinema, between discourses, experimentation and control: participatory methodologies in fiction and non-fiction.

1

ARTÍCULO



Antoni Roig Telo

Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universitat Oberta de Catalunya

Profesor agregado en el departamento de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Doctor en Sociedad de la Información y el conocimiento, con tesis doctoral sobre prácticas culturales participativas en el cine digital. Entre sus principales intereses de investigación destacan las formas emergentes de producción audiovisual, el crowdsourcing, la producción de fans, las prácticas mediáticas, la producción audiovisual colaborativa en ficción y no-ficción, las estrategias transmedia, el storytelling aplicado a la creación colectiva, la autoproducción y el cine digital.

aroigt@uoc.edu
orcid.org/0000-0003-1237-8628

Fecha de recepción: 01 de diciembre de 2016 / Aceptación: 25 de enero de 2017

Resumen

Las formas basadas en la colaboración y la participación de colectivos amplios y diversos, no necesariamente especializados, en procesos creativos, como es el caso del cine colaborativo, se han erigido en uno de los principales fuentes de experimentación formal, temática y metodológica en la producción cultural contemporánea. En este artículo, nos proponemos explorar algunas de las principales características del cine colaborativo, partiendo de una discusión sobre la noción de participación basada en los

estudios sobre democracia. A través de dos casos-ejemplo paradigmáticos identificaremos algunas discrepancias entre los discursos y la implementación de procesos reales de participación, así como diferencias y continuidades entre las metodologías de creación colaborativa cinematográfica en el campo de la ficción y la no-ficción.

PALABRAS CLAVE

cine colaborativo, participación, comunidad, documental, ficción, no-ficción.

Abstract

Cultural forms based on collaboration and participation in large, diverse, not necessarily specialized groups in creative processes, as is the case for collaborative cinema, have become one of the key sources of formal, thematic and methodological experimentation in contemporary cultural production. In this article, we explore some of the main features of collaborative cinema, on the basis of a discussion of the notion of participation

based on democracy theory. We discuss two paradigmatic cases to showcase discrepancies between discourses and the implementation of actual participation processes, and methodological differences and similarities between collaborative fiction and non-fiction film-making.

KEYWORDS

collaborative cinema, participation, community, documentary, fiction, non-fiction.

1. INTRODUCCIÓN

Por su propia naturaleza, el cine puede verse como un arte fruto del trabajo colectivo y por tanto, con una dimensión colaborativa en tanto que precisa necesariamente de la implicación de un importante número de personas en sus procesos de producción, con distintos perfiles e integrados dentro de una estructura jerarquizada. Este proceso se extiende a lo largo del tiempo en distintas fases de conceptualización, desarrollo y difusión, lo que justifica que se hable de una película como proyecto. Esta dimensión colaborativa de toda producción cinematográfica es equiparable, en distintas escalas, al conjunto de la producción cultural. Incluso en aquellos ámbitos en los que la autoría y el proceso de creación tienden a ser más individuales, ya se trate de una novela o de un vídeo DIY de Youtube, adquieren relevancia diversos agentes que intervienen en el proceso de distintas maneras. Puede tratarse de editoriales, distribuidores, puntos de venta o prescriptores en un caso, o plataformas globales de difusión, anunciantes o suscriptores en el otro. En este sentido, es fundamental tener presente que de entrada cualquier proceso de creación cultural está formado por una red de agentes o participantes, de manera que el control y el poder so-

bre los procesos de toma de decisiones se distribuyen de forma desigual entre los mismos.

¿Qué podemos entender entonces como cine colaborativo? Una propuesta es considerar como cine colaborativo a una tipología de proyectos cinematográficos en los que se abre una parte significativa de los procesos de producción y se establecen una serie de mecanismos participativos para redistribuir de forma más equitativa el control sobre la toma de decisiones. Esto tiene de entrada dos grandes implicaciones: por un lado la apertura facilita el acceso de forma amplia a personas que podemos considerar como 'no profesionales', con distintos grados de experiencia o conocimientos, y que se caracterizan por una afiliación voluntaria basada en el compromiso personal en un proceso que -siempre en función del tipo de colaboración- puede extenderse en el tiempo. Por otro lado, la descentralización del control implica establecer unos mecanismos que compensan -no eliminan- el desequilibrio de las relaciones de poder entre los distintos participantes. Este aspecto, como indica Carpentier (2011), se conecta el concepto de participación con sus raíces vinculadas a la teorización la participación democrática (Pateman citado en Carpentier, 2011; Carpentier, Dahlgren y Pascuali, 2013). Como veremos más adelante,

esta definición mantiene de forma consciente un importante nivel de ambigüedad en tanto a lo que podamos entender como “apertura de una parte significativa” o “formas más equitativas de control”, apuntando en definitiva a un conjunto diverso de prácticas.

Es importante tener en cuenta que la producción colaborativa no se manifiesta solamente en productos culturales ‘cerrados’, es decir, que den pie necesariamente a un producto final que se considera ‘definitivo’ (por ejemplo el montaje final de una película). En muchos proyectos audiovisuales interactivos nos encontramos más bien con proyectos dinámicos que se actualizan en función de las contribuciones de los participantes y que por tanto no disponen de una versión ‘final’. Es el caso de proyectos de cine de base de datos en los que cada participante puede añadir en cualquier momento su contribución a un todo que permite construir múltiples versiones; algunos ejemplos son *Man with a Movie Camera: the Global Remake* (Perry Bard, iniciado en 2008) o *Star Wars Uncut* (Casey Pugh, 2010). Otra posibilidad se encuentra a medio camino: proyectos que combinan una versión cerrada con otros textos abiertos, como es el caso de *Life in a day* (Kevin MacDonald, 2010), en el que se editó un documental lineal a partir de contribuciones enviadas por los participantes y donde, a la vez, se podía acceder a todas ellas en su versión íntegra en una página de Youtube, partner del proyecto). En cualquier caso, sigue siendo importante atender a los dos aspectos mencionados anteriormente, la apertura de los procesos (vinculada al acceso) y la distribución del control (vinculado al establecimiento de mecanismos de participación más democráticos en la toma de decisiones).

En este artículo se pretende comprender cuáles son los factores específicos y distintivos de los proyectos e iniciativas que se han dado a conocer bajo la denominación de cine colabo-

rativo, en relación a otras formas de producción audiovisual. Para responder a esta pregunta partiremos de una discusión de la noción de participación en el ámbito cultural y cómo ciertas dinámicas participativas se aplican en procesos de trabajo creativo basados en la colaboración, a partir de la literatura especializada, para centrarnos a continuación en las distintas estrategias en las que se materializa dicha colaboración a partir de investigación previa y la observación de distintos proyectos etiquetados como colaborativos. Finalmente, analizaremos dos casos de alcance transnacional considerados como ejemplares significativos debido a su impacto y continuidad: un proyecto de no-ficción, *In a day*, convertido en franquicia, y *Create50*, una plataforma de colaboración en proyectos de ficción. Ambos casos-ejemplo nos permiten cubrir dos grandes ámbitos de la producción cinematográfica. Pero también nos permiten observar distintas estrategias en marcha hacia un objetivo común, esto es, favorecer la implicación y la participación de distintos agentes creativos para obtener un producto final que al mismo tiempo refleja estos procesos de creación colectiva.

2. PARTICIPACIÓN, ENTRE LO DESCRIPTIVO Y LO NORMATIVO

Es evidente que la diversidad de proyectos que podemos etiquetar como ‘cine colaborativo’ es enorme y corremos el riesgo (este ha sido al menos nuestro caso) de querer ser celosamente normativos y trazar una línea estricta entre proyectos colaborativos y aquellos que no lo son. Esta tentación se acentúa ante la omnipresente retórica de la participación en todos los ámbitos de nuestra vida cotidiana, hasta el punto de convertirse en un término en ocasiones vacío de contenido y ser utilizado de forma

indistinta a colaboración, o bien a una como sublimación de la otra. El debate es complejo, pero por una cuestión de claridad expositiva, queremos subrayar las diferencias semánticas fundamentales entre colaboración y participación: entendemos participación como acción de tomar parte de forma activa y legitimada en algo; colaboración como trabajo coordinado junto a otros agentes para conseguir un objetivo. Así, puede existir participación sin colaboración (por ejemplo votando en unas elecciones), y colaboración sin participación (por ejemplo en procesos estrictamente pre-definidos de crowdsourcing tales como reCaptcha).

En el campo de la producción cultural, introducir mecanismos de participación en términos de apertura y distribución del control sienta las bases para formas de trabajo basadas en una intensa colaboración, aunque esto no tiene por qué ser necesariamente así. Afortunadamente, podemos identificar un continuo entre formas de participación, que oscila entre propuestas de participación minimizadas y fórmulas de participación maximizadas (Carpentier, 2011), en función de cómo se articulen estos mecanismos de participación en la toma de decisiones y el acceso. Así, un proyecto en el que el acceso se abra de forma restrictiva (por ejemplo con procesos de selección vinculados a la experiencia o el talento) y/o donde la capacidad de influencia en el proceso y el resultado final sean pequeños o incluso testimoniales (por ejemplo a través de votaciones puntuales con decisión final por parte de los promotores del proyecto, o solo a través de microfinanciación) nos sitúan en la banda más baja del espectro. Por otro lado, aquellos proyectos en los que el acceso se realice de manera amplia (sin restricciones ni condiciones previas) y en los que los procesos de toma de decisión sean significativos y vinculantes nos situarán en la banda más alta. Aquí encontraremos proyec-

tos más intensamente -e 'idealmente' - colaborativos: de todas formas, la mayor parte de los proyectos mencionados en este artículo se sitúan en una zona intermedia, con lo que en el análisis será importante atender a sus diferentes 'intensidades' (Jenkins y Carpentier, 2013) y sus limitaciones en términos participativos. Resulta así esencial poder entender las afinidades pero también las diferencias en intensidad entre los atributos de un proyecto sustentado con dinámicas de trabajo participativas (orientadas a una mayor democratización de procesos culturales habitualmente cerrados) y otro tipo de proyectos que definimos mediante atributos como interactividad, inmersión, transmedia, crowdsourcing, crowdfunding, co-creación, contribución o co-opción. Como hemos remarcado anteriormente, este tipo de proyectos pueden o no incorporar mecanismos de participación, o en todo caso, los pueden incorporar a niveles muy distintos.

Sin entrar en detalle en esta discusión normativa, lo que sí nos parece importante es atender a la naturaleza de cada proyecto, qué objetivos persigue y cómo define su discurso participativo. Un proyecto presentado como colaborativo puede perseguir un por otra parte legítimo interés instrumental de pensar la participación como una estrategia para generar expectativas, obtener financiación, multiplicar contribuciones y de esta manera obtener contenido a bajo coste; o fidelizar al público potencial, estimular la conversación sobre sí mismo para incrementar así su relevancia. Sea como sea, resulta esencial pensar en la finalidad que persigue esta participación, ya que ahí encontraremos las diferencias entre los discursos y su implementación real. En proyectos abiertamente colaborativos, probablemente buscaremos la implicación de los participantes en una causa que les afecta y a la que pueden contribuir, o fruto de un interés o pasión compartida, o se

tratará de proyectos nacidos de un impulso de experimentación formal o metodológica, o de la voluntad de construir una comunidad alrededor de un interés o de obtener un producto final a partir de la conjugación de distintas voces y estéticas que de otra manera no podría haberse materializado (Roig et al., 2017).

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PROYECTOS COLABORATIVOS

En cualquier forma, los proyectos colaborativos en ficción y en no-ficción comparten algunos principios básicos relacionados con lo expuesto anteriormente: a grandes rasgos podemos distinguir proyectos en función de cómo se articula el acceso (quién puede participar, cómo se lleva a cabo la convocatoria y en qué momento se abre el acceso) y los mecanismos de distribución del control (sobre qué se decide, cómo se decide o cómo se estructuran las relaciones jerárquicas entre los participantes). A partir de ahí podemos establecer múltiples posibilidades, como se refleja en la siguiente tabla:

Acceso	Quién puede participar	Cualquier persona interesada Cualquier persona con unas ciertas habilidades o conocimientos (expertise) Cualquier persona que manifieste una voluntad de compromiso a lo largo del tiempo.
	Cómo es la convocatoria	Masiva o restringida en cuanto a número de participantes Permanentemente abierta (o sujeta a un timing) Sujeta o no a selección o aprobación previa En función del tipo de mecanismo o plataforma que se utilice para dinamizar la convocatoria.
	Momento en el que se abre el acceso	En todas las fases del proyecto (la intensidad de la participación puede ser variable según la fase) En fases determinadas.
Distribución del control	Sobre qué se decide	Se puede decidir sobre cualquier cosa o solo sobre determinados aspectos y en determinadas fases. Alcance general o 'profundidad' de las decisiones.
	Cómo se articulan los procesos de toma de decisiones	Mecanismos de toma de decisión vinculantes, orientativos, discrecionales, basados o no en principios de transparencia (en la relación entre promotores y participantes) y reciprocidad (reconocimiento mutuo de todos los participantes como agentes activos en la toma de decisiones).
	Jerarquización de los participantes	División más o menos explícita entre promotores y participantes, formas de liderazgo, o incorporación de mecanismos de meritocracia.

Tabla 1. Elaboración propia

De la tabla anterior se desprende la importancia de tener en cuenta las circunstancias iniciales del proyecto y los objetivos de sus promotores. Será en las primeras fases donde se definirán las cuestiones clave del acceso y los mecanismos de participación: quién puede participar y bajo qué condiciones, qué se abre a la participación, hasta qué grado de intensidad se lleva esta participación, qué relación se establece entre promotores y participantes y qué relación se establece también entre participantes. En un proyecto colaborativo 'ideal' -lo que es de hecho poco habitual-, la participación aparecería integrada desde los primeros pasos.

4. PRINCIPALES ESTRATEGIAS EN EL CINE COLABORATIVO

Los proyectos de cine colaborativo se suelen materializar a través de distintas estrategias. A continuación describiremos algunas de los más populares, como el crowdsourcing, la co-creación y la construcción de una comunidad, que más adelante utilizaremos en la discusión de los casos presentados.

4.1 CROWDSOURCING

En las iniciativas basadas en el crowdsourcing se lleva a cabo una convocatoria abierta y potencialmente masiva en la que los promotores efectúan una llamada para resolver un problema o proponer un reto determinado en forma de tarea o encargo. De acuerdo con Estellés-Arolas y González-Ladrón de Guevara (2012), podemos incluir en esta categoría el crowdfunding, entendida como un tipo concreto de convocatoria en la que se pide dinero para financiar el proyecto. Aunque de entrada en el crowdsourcing se establece una distinción bastante clara y jerarquizada entre pro-

motores y participantes, así como en relación a lo que se pide (y lo que no), resulta un punto de entrada importante en relación a los proyectos colaborativos. De hecho, en el campo creativo, los retos planteados en iniciativas basadas en crowdsourcing rehuyen a menudo la noción clásica de resolución de problemas (reflejada por ejemplo en Brabham, 2008), para proponer acciones con un importante componente lúdico en las que las tareas se convierten en reglas o premisas para desarrollar la propia creatividad (Roig et. al. 2012 y 2017; McIntosh, 2015).

4.2 CO-CREACIÓN

De acuerdo con la propuesta de Banks y Potts (2010), entendemos la co-creación como un acuerdo de colaboración entre los promotores y un conjunto selecto de participantes, tanto en número como en habilidades requeridas alrededor de una iniciativa o proyecto concreto y delimitado en el tiempo. Este proceso de filtraje se traduce en una colaboración de mayor intensidad en partes significativas y sensibles del proyecto, con lo que los frutos del proceso de co-creación deberían, estrictamente, trasladarse de forma clara al resultado final.

4.3 CONSTRUCCIÓN DE UNA COMUNIDAD

Los proyectos basados en la creación de una comunidad cuentan, entre sus principales finalidades, con el interés común, la disponibilidad a colaborar y el compromiso mutuo. En este caso la afiliación voluntaria basada en el compromiso pasa por encima del volumen neto de participantes, las habilidades requeridas o los retos y tareas a asumir y existe una dimensión de espacio de relación social importante. Uno de los elementos más interesantes de esta modalidad es el vínculo más fuerte y durade-

ro que se establece entre los participantes, lo que es particularmente interesante en el caso de iniciativas de carácter social, aquellas en las que se busca su continuidad en el tiempo, en las que se estimula que puedan surgir nuevas ideas desde la propia comunidad o que tengan como finalidad la creación de un producto dinámico o permanentemente actualizable. La construcción de una comunidad puede ser compatible con convocatorias abiertas basadas en el crowdsourcing o iniciativas de colaboración más focalizada con miembros expertos y con un objetivo específico.

5. CINE COLABORATIVO EN LA FICCIÓN Y EN LA NO-FICCIÓN

La manera en la que se abordan los proyectos colaborativos desde la ficción y la no-ficción resultan de entrada diversos. La tradición participativa del documental, en la que el relato de una determinada realidad abre fácilmente vías de colaboración y diálogo con los sujetos situados en el centro de ese proceso, junto con los mecanismos narrativos propios de lo factual, facilitan la proliferación de proyectos colaborativos de referencia en el cine colaborativo. Por su parte, la ficción se enfrenta a priori a dos obstáculos: por un lado la necesidad de un proceso previo de desarrollo basado en la invención coherente de situaciones, conflictos y personajes enmarcados en un tono y un flujo narrativo específicos, lo que resulta más propicio al trabajo individual o llevado a cabo por pequeños grupos; por otro lado la tradición de una estética basada en la unidad formal, con unos códigos narrativos y estéticos muy arraigados que de nuevo ponen barreras a la distribución de la autoría (Ben Shaul, 2012). De todas formas, a pesar de las diferencias, existen más continuidades de lo que puede parecer a primera vista.

Partiendo pues de una concepción del cine colaborativo dentro de un continuo de participación, efectuaré un breve análisis de dos casos significativos, uno de no-ficción y otro de ficción, que nos permitirán ilustrar las distintas disrupciones, continuidades y contradicciones que rodean a los modelos colaborativos. Desde un punto de vista metodológico, hemos buscado elegir dos ejemplares significativos que nos permitan cubrir los grandes ámbitos de la producción cinematográfica, la ficción y la no-ficción. Los criterios de selección en este sentido se han basado fundamentalmente en su impacto a nivel de participantes, la continuidad de la iniciativa (muchos proyectos se agotan tras su impulso inicial) y que fueran de alcance transnacional. Paralelamente, a lo largo del artículo se mencionan también otras iniciativas relevantes que complementan el análisis. Por un lado he elegido un proyecto ampliamente conocido, convertido en franquicia, *In a day*, que recientemente ha conocido su versión en España, lo que nos ha permitido acceder a datos de sobre el proyecto a través de la productora del film, complementados con entrevistas al productor Bernat Elias y a la directora Isabel Coixet. En segundo lugar, una iniciativa orientada a la ficción, Creative50, creada por el London Screenwriters' Festival y que impulsa la creación colectiva de largometrajes de ficción -y también recopilaciones de relatos cortos alrededor de carácter temático- a través de un complejo sistema de colaboración, feedback y trabajo autónomo que hasta el momento ha dado pie a un largometraje, *50 Kisses* y uno en desarrollo, *Impact50*. *Creative 50* es relevante por conectar con una tendencia al alza en el campo de la ficción, la combinación de la creación de una comunidad con la co-creación, como se refleja también en iniciativas como *CollabFeature* o *Tentsquare* (ambos en Estados Unidos). Ambos proyectos mantienen ciertas similitudes en cuanto a que plantean la realización de films

colectivos con elementos de crowdsourcing, aunque con planteamientos notablemente distintos en relación a los mecanismos de participación.

6. IN A DAY: CURANDO VISIONES DEL MUNDO

Actualmente conocemos *In a day* como el nombre de la franquicia iniciada por la productora de Ridley Scott, Scott Free, en 2010, e inaugurada con el film documental *Life in a day*, fruto de un partnership con Youtube, LG y National Geographic. *Life in a day* se presentó como una propuesta basada en el Crowdsourcing, en la que se pedía que los participantes desde cualquier parte del mundo enviaran un vídeo cotidiano relatando algún aspecto personal de su vida, con la condición que fueran grabados en un mismo día, el 24 de julio de 2010 (Roig et al., 2012). El proyecto fue impulsado con un vídeo viral promocional en la que se invitaba a los participantes a 'formar parte de un experimento cinematográfico histórico' y un página del proyecto en Youtube en donde se podían ver buen parte de los vídeos enviados (más de 80,000 en total). El camino para convertir las 4,500 horas de imagen en un film en formato de largometraje tuvo lugar a través de un complicado proceso de selección para el que se contó con una veintena de estudiantes o recién graduados en cine de distintas nacionalidades, coordinados por el montador Joe Walker, que llevaron a cabo la descripción y la valoración de las imágenes, en un sistema de puntuación de cero a cinco estrellas. No fue hasta ese momento en el que Kevin MacDonald entró en escena como director, revisando con Walker los vídeos mejor puntuados, tras lo que se inició un largo proceso de montaje con distintas versiones hasta obtener un montaje final por debajo de las dos horas (Sternberg, 2011). En

la versión finalmente presentada públicamente se acredita a todos los usuarios seleccionados como 'co-directores'. Paralelamente, la mayor parte de los clips estuvieron disponibles en la página de Youtube del proyecto antes que el film estuviera terminado, lo que permitía una vía alternativa de acceso más cercano a una base de datos (y la creación de un ránking informal de popularidad a través del número de visionados y las valoraciones). El film fue presentado en enero de 2011 en el festival de cine de Sundance, para el que se preparó una importante campaña promocional, en el que se invitó a alguno de los co-directores, en un acto de co-opción que quería ser coherente, aunque sin salir del ámbito promocional, con la promesa de co-autoría (un año después del rodaje, se publicaron una serie de vídeos relacionados con algunas de las historias reflejadas en el film, bajo el título 'un año después', volviendo dar voz a algunos de los protagonistas del film). Pero si bien existe sin duda una importante dimensión participativa en relación con el acceso, *Life in a day* tiene muy poco de participativo en relación a la distribución del control, la relación entre los participantes o la toma de decisiones. Una vez era enviada la pieza, los 'co-directores' perdían todo control sobre el proceso de selección, organización y edición de su contribución y por supuesto, del producto final. Este hecho levantó no pocas críticas relacionadas con la condición de 'free labour' de *Life in a day* y su sumisión a las normas de la 'nueva economía' neoliberal (Cuenca, 2012). *Life in a day* se puede considerar en un continuo más cercano a la minimización de la participación de lo que han defendido sus responsables, siguiendo una lógica de contribución propia del crowdsourcing, aunque con algunas particularidades: por un lado, se plantea como un reto más que con una lógica de resolución de problemas, permite la construcción de un producto concebido por distintas voces aunque fuertemente 'cura-

do' por un equipo cerrado, lo que da lugar a un resultado que no podría haberse hecho con un sistema de producción tradicional. Al menos en el caso de *Life in a day*, se facilita el acceso una mayor parte del contenido, sin editar, a través de Youtube, lo que aporta al proyecto un mayor nivel de transparencia y no-linealidad. A pesar que el experimento se replicó de forma similar en *Britain in a day* (de nuevo con partnership de Youtube y financiado por la BBC), este último aspecto ha ido perdiendo presencia en los últimos exponentes de la franquicia, como *Italy in a day* (financiado por la RAI en 2014) o *Spain in a day* (financiado por RTVE en 2016). El proceso de organización, descripción y preselección de los contenidos enviados sigue siendo similar, aunque en estos últimos casos parte de las contribuciones se han vehiculado a través de una App, desarrollada en *Spain in a day* por la productora Mediapro, que es quien adquirió la franquicia, vendió el proyecto a Televisión Española y organizó la producción del film contando con la directora Isabel Coixet. Este aspecto refuerza otro punto importante en *In a day* y en otras iniciativas colaborativas, la presencia de directores reconocidos (Kevin MacDonald, Ridley Scott, Isabel Coixet) que contribuyen a amplificar el sentido de relevancia, de formar parte de algo mayor (el tagline original de *Life in a day* era 'una película dirigida por Kevin MacDonald y tú'), una sensación vicaria de estrecha colaboración, bidireccional, aunque exista una divergencia notable entre los discursos y la articulación real de la participación.

7. CREATE50: UNA COMUNIDAD BASADA EN LA IMPLICACIÓN Y LA COLABORACIÓN PARA LA CREACIÓN DE FICCIÓN

Create50 es una iniciativa surgida en 2012 en el seno del London Screenwriters' Festival. La idea fue proponer un reto al colectivo de guionistas asociado al Festival: escribir una serie de guiones de dos páginas que pudieran ser rodados por cineastas de todo el mundo, a partir de unas orientaciones temáticas básicas (que estuvieran ambientados en el Día de San Valentín e incluyeran un beso). Bajo la coordinación de un jefe de proyecto, Chris Jones, se recibieron 1870 propuestas, que fueron revisadas y seleccionadas por un equipo de profesionales, para elegir así 50 guiones. Estos guiones fueron entonces compartidos con la comunidad (que incluía a todos los participantes en el proceso, no solo los seleccionados), con lo que se entró en un proceso de comentario y feedback para mejorar el resultado final. En paralelo, otros miembros de la comunidad, definidos como productores, empezaron un proceso de colaboración con los guionistas y los revisores de guión para generar notas de producción, que también se compartieron en la web del proyecto. De forma similar, se hizo una convocatoria a directores para que eligieran un guión, entraran en colaboración con los guionistas y produjeran su versión. De ahí surgieron 127 piezas (en algunos casos se rodaron hasta nueve versiones de un mismo guión); los primeros montajes de la mayor parte de estas piezas se compartieron con la comunidad para un nuevo proceso de feedback, junto con nuevas 'notas de producción' sugiriendo cambios en el primer montaje para obtener la versión final que terminaría convirtiéndose en un largometraje episódico, *50 Kisses* (varios directores, 2014). Para garantizar el intercambio entre los miembros de esta emergente comunidad, *Create50* establece una obligación de dar feedback a otros participantes para poder realizar una contribución. En la actualidad, el método diseñado para este primer proyecto se ha refinado y replicado en otros posteriores, como recopi-

laciones de relatos cortos y un nuevo proyecto cinematográfico, *The Impact50*, con una premisa de ciencia-ficción apocalíptica. En ambos casos, al igual que en otros films producidos siguiendo un método de colaboración intensiva, como *The owner* (varios directores, 2012) o *Train Station* (varios directores, 2015), ambos impulsados por *CollabFeature*, el resultado final es una obra colectiva y totalmente distribuida, lo que por un lado genera un tipo de producto que, al igual que *In a day*, no podría haberse realizado mediante una modalidad tradicional de producción, pero a la vez limita el alcance de lo que se puede conseguir con estas metodologías.

Como se puede observar, *Create50* se erige en un importante reto metodológico para idear una metodología colaborativa de trabajo, combinando el crowdsourcing con la creación de una comunidad, en el seno de la cual se toman decisiones (supervisadas por un núcleo creativo, quien define las reglas constitutivas y lidera la discusión) y, tanto o más importante, se intercambian impresiones sobre el trabajo en marcha, siempre abierto para los miembros de la comunidad, con lo que se influye directamente en el resultado final. Podemos considerar que, en este sentido, nos situamos en un la banda más alta del continuo de participación, pero sin llegar a una configuración 'ideal'. En *50 Kisses*, la discusión sobre la calidad de los productos finales obligó a tomar una decisión no prevista en las bases, la de reducir las 50 historias iniciales a las 25 mejores a causa de la desigual calidad de las piezas finales, lo que fue objeto de airada discusión en el seno de la comunidad. Por otro lado, se percibe en *Create50* un complejo equilibrio entre la autoridad y visibilidad otorgada de los profesionales (lectores de guión, productores, directores de proyecto, jurados...) y a los miembros de la comunidad, legitimados como participantes pero sujetos a unas reglas de participación estrictamente

definidas. Esta contradicción se refleja en dinámicas más propias del crowdsourcing, como la convocatoria para crear la banda sonora o los premios '*50 Kisses awards*', que se otorgaron durante la presentación del film en 2014 y que visibilizan una clara delimitación entre promotores y participantes. También es importante destacar que los participantes deben efectuar una aportación económica al proyecto, de carácter simbólico (cinco libras), para poder hacer llegar su contribución, lo que busca cubrir gastos organizativos pero también genera un primer filtro de entrada. En definitiva, la notable voluntad de generar un método colaborativo con una alta implicación y capacidad de decisión de la comunidad no puede ocultar una diferencia entre discursos y reglas constitutivas, en las que se pueden identificar claras líneas rojas en términos de poder y de control.

8. CONCLUSIONES

En este artículo nos hemos centrado en la discusión de la cuestión de la participación en proyectos cinematográficos colaborativos, tanto de ficción como de no-ficción. Para ello hemos tomado como ejemplos para la discusión proyectos basados en la distribución de la autoría entre un número elevado de participantes que contribuyen a un todo con su propio contenido. Este enfoque nos ha permitido destacar algunos elementos importantes tanto para la discusión teórica, a la vez que nos permite destacar diferencias y continuidades. Hemos destacado la importancia de conceptualizar la participación en relación con los principios democráticos basados en la abertura del acceso y la toma de decisiones. Estos principios, aun siendo muy amplios, nos permiten, al ser trasladados a los procesos de producción propios del audiovisual, identificar los fundamentos del cine colaborativo, en los términos que hemos

propuesto en el artículo. Se hace necesario entender estos procesos en un continuo entre una mínima y una máxima expresión de la participación, evitando clasificaciones excesivamente normativas. Y a la vez nos lleva a señalar los excesos de los discursos sobre la participación (que tienden a la exageración e incluso juegan a la confusión con otros conceptos afines) e identificar qué objetivos de un proyecto llevan a invocar la participación como estrategia, táctica o finalidad en sí misma.

Del análisis de los dos casos expuestos, hemos podido observar cómo la no-ficción presenta amplias posibilidades para la colaboración de forma orgánica, estimulando la diversidad de voces a nivel local y global, como refleja el éxito de la franquicia *In a day*. De todas formas, dicha diversidad, expresada a través de la creación de contenido no es sinónimo de un nivel máximo de participación. En *In a day* no se puede hablar de una descentralización del control o una compensación de los mecanismos jerárquicos en los procesos de selección, organización y edición del material final, lo que lo sitúa en los límites del crowdsourcing. El crowdsourcing ha sido precisamente una opción habitual a la hora de abordar mecanismos colaborativos de creación cinematográfica en la ficción. *Create50* supone una apuesta por la experimentación metodológica basada en un intenso compromiso por parte de una comunidad para desarrollar e intercambiar valoraciones y conocimiento experto para la creación de un largometraje colectivo, lo que refleja la mayor complejidad y los obstáculos que presenta el trabajo colaborativo en el campo de la ficción. Aunque *Create50* se acerca por su metodología de trabajo a la banda alta del espectro de la participación, no podemos ignorar una serie de reglas que constituyen esta práctica y que evidencian claros límites en el acceso y en la distribución del poder en los procesos de toma de decisiones.

Por supuesto, los casos presentados como ejemplo en este artículo constituyen una visión muy focalizada del fenómeno. Si tomamos como referencia la clasificación tentativa propuesta por Mandy Rose (2011) sobre documentales colaborativos, observamos una notable diversidad de mecanismos de participación en el ámbito de la no-ficción. Rose destaca por un lado las formas basadas en contribuciones masivas de contenido, llamadas a integrar un conjunto fragmentado y diverso, que puede estar altamente predefinido (como en el caso *Man with a Movie Camera: the Global Remake*, donde se toma como patrón el film original de Dziga Vertov) o permitir un mayor margen de libertad creativa (como en *Life in a day*). Pero también destaca otras que pueden arrojar luz sobre otros mecanismos participativos de carácter más abiertamente comunitario, como la que denomina 'comunidades con una finalidad'. En esta tipología, se prioriza la implicación de los participantes en el conjunto de una producción alrededor de un objetivo compartido, normalmente relacionado con el cambio social, más que simplemente el contenido. Como indica Rose, en esta tipología, el diálogo y el intercambio de experiencias es tan importante como el producto, poniendo como ejemplos proyectos como *Global Lives* (David Evan Harris, iniciado en 2004) o *Highrise* (Katerina Cizek, iniciado en 2009).

Finalmente, en cuanto a la ficción, cabe destacar que existen otras experiencias que han trabajado con metodologías de distribución de la creatividad con el objetivo de conseguir un producto final 'unificado' en lugar de episódico o fragmentado, aunque con desiguales resultados. Un intento pionero fue el proyecto inacabado de ciencia-ficción colaborativo británico *A Swarm of Angels* (Matt Hanson, 2006-2009) y en el que se experimentó con diferentes metodologías participativas que afectaban a todos los aspectos del proyecto y *The entertainment*

experience (Justus Verkerk, 2012), proyecto holandés mucho más pautado en el que el trabajo colaborativo en el guión y la realización distribuida de fragmentos de guión votados previamente por la comunidad servía como prototipo para la producción final de un largometraje profesional dirigido por el reconocido director holandés Paul Verhoeven (de nuevo las celebridades se utilizan como estímulo para la implicación), con el título *Tricked* (2014), que

tuvo escasa repercusión. De todas formas, el deseo de conjugar distintas voces, habilidades y visiones artísticas a través de la experimentación metodológica y formal proporciona a la producción colaborativa, tanto en lo ficcional como en lo factual, un notable dinamismo que busca formas de consolidación de modelos viables pero a la vez sigue buscando ampliar sus límites.

9. REFERENCIAS

- Banks, J., y Potts, J. (2010). Co-creating games: a co-evolutionary analysis. *New Media & Society* 12(2), 253-270. doi: 10.1177/1461444809343563
- Ben-Shaul, N. S. (2012). *Cinema of choice: optional thinking and narrative movies*. London: Berghahn.
- Brabham, D. C. (2008). Crowdsourcing as a model for problem solving an introduction and cases. *Convergence: the international journal of research into new media technologies* 14 (1), 75-90. DOI: 10.1177/1354856507084420
- Carpentier, N. (2011). *Media and participation: a site of ideological-democratic struggle*. Bristol: Intellect Ltd.
- Carpentier, N., Dahlgren, P., & Pasquali, F. (2013). Waves of media democratization A brief history of contemporary participatory practices in the media sphere. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19 (3), 287-294. doi: 10.1177/1354856513486529
- Cuenca, A. L. (2012). Artistic Labour, Enclosure and the New Economy. *Afterall: A Journal of Art, Context and Enquiry* (30), 4-13. doi: 10.1086/667241
- Estellés-Arolas, Enrique; González-Ladrón-de-Guevara, Fernando. (2012a). Towards an integrated crowdsourcing definition. *Journal of Information science* 38(2), 189-200. doi: 10.1177/0165551512437638
- Jenkins, H., y Carpentier, N. (2013). Theorizing participatory intensities: A conversation about participation and politics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(3), 265-286. doi: 10.1177/1354856513482090
- McIntosh, H. (2015). Producing the Crowdsourced Documentary. Marcus, D., y Kara, S. (eds.), *Contemporary Documentary*, 57-71. London: Routledge.
- Roig, A.; Sánchez-Navarro, J.; Leibovitz, T. (2012). "¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea". *Revista Icono14*. 10 (1) <https://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/113/79>. doi: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v10i1.113>
- Roig, A.; Sánchez-Navarro, J.; Leibovitz, T. (2017). ¿Multitudes creativas? El crowdsourcing como modelo para la producción audiovisual colectiva en el ámbito cinematográfico. *El profesional de la información*. 26 (2).
- Rose, M. (2011). *Four categories of collaborative documentary*. Consultado desde <https://collab-docs.wordpress.com/2011/11/30/four-categories-of-collaborative-documentary/>
- Sternberg, D. (2011). *Around the World in One Day*. Consultado desde <http://www.nytimes.com/2011/07/24/magazine/around-the-world-in-one-day-on-youtube.html>

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social

Cinema production, distribution and exhibition from a new perspective: the social web

2

ARTÍCULO



Yasmín Sayán Casquino

Comunicación Audiovisual y Medios interactivos. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Licenciada en Comunicación y Publicidad de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Máster en Creación Documental de la Pompeu Fabra y Máster en Creación Multimedia de la Ramon Llull. Experiencia en docencia, web social, documental y multimedia. Además, desarrollando una plataforma digital para la producción multimedia de proyectos audiovisuales.

pcavysay@upc.edu.pe
orcid.org/0000-0002-0922-0929

Fecha de recepción: 03 de diciembre de 2016 / Aceptación: 20 de enero de 2017

Resumen

El cine en Latinoamérica enfrenta problemas con respecto al financiamiento y a la difusión de proyectos desde el sistema tradicional. Sin embargo, hoy, la influencia del internet, la pantalla global, la web social y la participación colectiva han cambiado los hábitos de consumo dando herramientas para poder terminar el proceso de una película. La audiencia no solo consume, también produce. Los nuevos realizadores han aprovechado este cambio para replantear el modelo de negocio y la cadena de producción a la hora de contar historias. Nacen nuevos conceptos que ayudan a esta modificación de la cadena productiva, como el crowdfunding, que modifica la forma de financiar proyectos, experiencias como la wikipeli

demuestran que se puede generar una nueva forma de producción y realización, eliminando intermediario en la etapa de distribución, y por último, la transmedia y el storydoing que no solo modifican la narración sino que generan la creación de una marca que revisite al producto. Se tratará demostrar el rol de plataformas digitales vinculadas a la web social como un sistema alternativo en la cadena de producción audiovisual mediante una metodología de análisis descriptivo-cualitativo de casos de éxito, entrevistas y plataformas.

PALABRAS CLAVE

Crowdfunding, prosumer, pantalla global, hipercine, distribución 2.0, transmedia.

Abstract

The film industry in Latin America has to deal with financial and distribution problems for projects in the traditional film system. Nevertheless, nowadays the influence of the internet, the global screen, social media, and group participation have changed consumer behavior, giving rise to new tools for the film production and viewing cycle. Audiences do not only consume, but also produce. New filmmakers have taken advantage of this change to rethink the business model, and the production chain for telling their stories. New concepts that help to transform the production chain include crowdfunding, which modifies the

financing of projects, products such as the “wiki-peli”, which use new methods of production and creation, without distribution intermediaries, and transmedia and storytelling, which modify narration and create a product brand. We seek to show the role of social media tools as alternative audiovisual production mechanisms through a descriptive qualitative analysis of examples of success, interviews and platforms.

KEYWORDS

Crowdfunding, prosumer, global screen, hypercine, 2.0 distribution, transmedia.

1. INTRODUCCIÓN

El cine latinoamericano presenta diversos problemas en la cadena de producción tradicional y sus procesos asociados de financiamiento, distribución, exhibición y promoción. En primer lugar, se debe mencionar que el cine es el producto cultural más caro. La producción de un largometraje requiere de una inversión tan alta que no acaba siendo rentable para la mayoría de empresas que la financian. En el Perú, por ejemplo, no existe una industria cinematográfica consolidada, ya que cada empresa (productora) desarrolla una metodología relativamente particular en la determinación de costos y en su articulación presupuestaria. Muchos productores elaboran sus presupuestos de manera que se adecuen a los recursos disponibles y al plan de producción elaborado en función de lo que requiere el filme en cuestión. En segundo lugar, el financiamiento convencional de la cinematografía se resuelve mediante el autofinanciamiento, o la obtención de fondos concursables como *Ibermedia* y *Dicine*, que ayudan a cubrir parte de los altos costos de producción. Otros tipos de fondos que ayudan

al financiamiento son los fondos de ayuda europea y americanos, a los cuales se presentan proyectos de cine provenientes de Latinoamérica, África y Asia. Hoy, en un sistema convencional, el producto final tiene poco acceso a los mecanismos de distribución existentes debido a la abundante oferta de los grandes estudios de Hollywood.

En definitiva, el gran problema para la cinematografía fuera de los circuitos consolidados de no ficción (que se apoya en la economía de escala) son los grandes costos de producción, no llegar a poder consolidar una cadena de producción y poco acceso a las exhibidoras (disminuyendo su retorno de inversión). Los nuevos realizadores no logran difundir y exhibir su talento. Pero, ¿Es posible un sistema alternativo para que se desarrolle la cadena de producción del proyecto?

Existe la posibilidad que mediante un bajo costo los nuevos realizadores (poco conocidos) puedan realizar y difundir sus proyectos. Los productores independientes, a causa de lo anteriormente expuesto, buscan otras vías de producción y financiación, que se tratara de de-

mostrar y enumerar en este artículo. Hoy por hoy, la influencia del internet, la pantalla global, la web social y la participación colectiva han cambiado los hábitos de consumo. Los nuevos realizadores han aprovechado este cambio centrando su mirada en otras formas de modelo de negocio y cadena de producción cinematográfica. Las nuevas plataformas generan oportunidades de conexión y de creación de proyectos mediante la participación colectiva, además de crear perfiles profesionales de los participantes en los cuales se crea una reputación para ellos como marca.

La audiencia se convierte, entonces, en una pieza clave en el proceso creativo y de producción audiovisual desde el nuevo punto de vista de la red social. Estamos frente a una nueva forma de gestionar el proceso y la producción audiovisual que se alimenta del constante comportamiento activo del nuevo usuario consumidor, denominado “prosumer”, término acuñado por Alvin Tofler (1980). Además, el cine ya no es solo un material visionado en una sala, ahora las historias encuentran nuevos formatos audiovisuales para reproducirse, es la era de la ‘pantalla Global’, como la denomina Lipovestky. Bajo este término el cine en la actualidad vive una constante evolución.

2. EL HIPERCINE: EL CINE COMO UNA PANTALLA GLOBAL O AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL

El cine es considerado el séptimo Arte¹ (Canudo, 1910) y una fantasía que aleja o se asemeja a la “realidad”. La grandiosidad de las historias, las composiciones de cada encuadre, o la visión del director son elementos que forjan percepciones y gustos sobre el cine. Y, entonces, empieza la sublimación por el guionista o direc-

tor. Es ahí donde una película puede perdurar o no, y volverse un clásico. Para algunos cineastas latinoamericanos y de gran reconocimiento como lo fue Armando Robles Godoy, Patricio Guzmán o Tomás Gutiérrez, existió y existe un concepto romántico del cine, donde el visionado parte y nace de una pantalla, una sala oscura. Esta añoranza del cine nace esencialmente de mucho tiempo atrás.

El cine es un arte o industria del entretenimiento que se cimentó a partir de un dispositivo figurativo totalmente moderno e inédito: la pantalla. En este material blanco se observan todos aquellos elementos que atraen a multitudes. Para Lipovestky (2009), la pantalla no solo es un invento técnico integrado en el séptimo arte: es ese espacio mágico en el que se proyectan los deseos y los sueños de la inmensa mayoría. Pero, si se sacara aquella pantalla del teatro oscuro y se llevara a otro contexto... ¿Lo proyectado dejaría de ser cine?

Lipovestky y Serroy (2009), en su libro *La pantalla Global*, exponen que el cine ha ido cambiando y que siempre está adelantándose a su época:

“En menos de medio siglo hemos pasado de la pantalla espectáculo a la pantalla de la comunicación, de la unipantalla a la omnipantalla. La pantalla de cine fue durante mucho tiempo única e insustituible; hoy se ha diluido en un galaxia de dimensiones infinitas; es la era de la pantalla global. Pantalla en todo lugar, en todo momento, en las tiendas y en los aeropuertos, en los restaurantes,

1. La expresión ‘séptimo arte’ se la debemos a Ricciotto Canudo en 1910. Canudo fue un crítico italiano de lengua francesa, promotor entusiasta del cine desde sus comienzos y junto a Louis Delluc, el principal responsable de su reconocimiento como arte.

y los bares, en el metro, los coches (...) pantallas de todos los tamaños (...) pantalla para cada cual, pantallas para hacerlo y verlo todo. Videopantalla, pantalla miniaturizada, pantalla gráfica, pantalla nómada, pantalla táctil: el nuevo siglo de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multifacética.”(Lipovestky y Serroy, 2009:10)

Ambos ostentan que vivimos en la llamada *pantallasfera*², donde “la pantalla global” no es la tumba del cine, que hoy más que nunca da muestras de su diversidad, su vitalidad y su inventiva. El contenido, las historias, las interpretaciones, la dirección de arte y fotografía es la misma, solo que dejó de exhibirse en un medio tradicional para pasar a proyectarse en medios “*below the line*”³; pero sin dejar de ser cine. Se encuentran los mismos elementos y solo se cambian los contextos.

En el libro *Pantalla global* (2009), Lipovestky y Serroy mencionan cuatro edades del cine, siendo la última la única que rompe con la economía, producción, distribución y exhibición tradicional de este, introduciendo el concepto de cine “*e-commerce*”.

En 1980, el productor Jake Warner tenía una concepción holocáustica sobre el cine y ciertas dudas sobre su porvenir. Además, debido a la irrupción de la televisión, la llegada del video y las salas vacías, algunos cineastas como Fellini empezaron a realizar un cine con fuerte crítica al porvenir del cine, como la drama comedia “Ginger y Fred”. En Gran Bretaña, Alemania e Italia disminuye la producción de largometrajes. Los estudios de Hollywood se defienden gracias a inversiones extranjeras y a multinacionales cuyas principales fuentes de beneficios son ajenas al cine. Es decir, empiezan a caer en un “*Star System*”, dejan de contar historias atrac-

tivas para el público y se convierte en un campo de marcas publicitadas. A pesar de todo, el cine no deja de reinventarse, enfrentando nuevos desafíos en relación a la producción, difusión y consumo. En medio de todo este contexto, aparece el medio digital interactivo y las denominadas nuevas tecnologías. Estas permiten un tipo de cine más democrático. Y es que a pesar de las exigencias de rentabilidad y de la creciente influencia de las técnicas de comercialización, el cine tiende a enriquecerse creando género, personajes y argumentos menos “ortodoxos”, más heterogéneos, más imprevisibles. Parecemos ir abocados hacia un cine global, fragmentado, de identidad plural y multiculturalista.

Lipovestky y Serroy aseveran que no es que el cine haya muerto o que se haya vuelto cosa del pasado, sino más bien sustentan que ha aparecido un nuevo tipo de cine, un ‘cine galaxia’ y la aparición de lo que denominan como “hipercine”. No es la primera vez que el cine revoluciona sus principios, y para justificarlo lo fundamentan a partir de la teoría de las cuatro fases del cine:

“La primera fase corresponde con la época del cine mudo. Refleja una modernidad primitiva. Es el momento en que el cine busca para sí una condición y una definición artística. Carente de modelo, identificado desde el principio con un espectáculo ajeno, toma provisionalmente el teatro como referencia y filma farsas breves, vodeviles y escenas dramáticas. (...)”

2. Término usado por Lipovestky y Serroy para describir un universo de la toda pantalla.

3. Se refiere a todos los medios utilizados fuera de los medios tradicionales.

La segunda fase, que pone en escena una modernidad clásica, va desde comienzos de la década de 1930 hasta la década de 1950: es la edad de oro de los estudios, la época en que el cine es el principal entretenimiento de los estadounidenses. En principio se debe a la revolución técnica del sonoro, que eclipsa rápidamente al mudo y obliga a los creadores, hasta entonces reticentes ante lo que creen que va a ser un simple teatro filmado, a aprender el nuevo lenguaje y a inventarle una gramática. Las investigaciones técnicas siguen enriqueciendo el cine con nuevas posibilidades (...) el director es tan sólo un engranaje más de una máquina accionada por las productoras (...)

La tercera fase discurre entre los años cincuenta y los setenta, y ejemplifica la modernidad vanguardista y emancipadora. La feliz independencia de creadores de peso, refractarios a las exigencias de los estudios desbroza el camino. Jean Renoir rueda en exteriores y con sonido directo desde los años treinta. En 1914, Orson Welles, con *Ciudadano Kane*, trastorna radicalmente las estructuras narrativas continuistas: deconstruida, fragmentada, ha nacido la primera película abiertamente moderna. (...) Es inseparable de una nueva modernidad individualista, la que traen la sociedad de consumo, sus valores y sus enemigos: felicidad, sexualidad, juventud, autenticidad (...) mientras la dinámica, individualizadora y mundializadora sacude el orden internacional, se configura la cuarta época del cine.

La llamamos aquí hipermoderna, por referencia a la nueva modernidad que

se construye. (...) Esta cuarta fase de la historia del cine, subrayémoslo, no tiene la misma condición que las tres primeras. Mientras que estas estuvieron caracterizadas por innovaciones de primer orden que en cada caso afectaron sólo sectores delimitados, en la actualidad tenemos trastocadas todas las dimensiones del universo cinematográfico (la creación, la producción, la promoción, la distribución, el consumo), al mismo tiempo de arriba abajo. [...] Comienza una nueva era: nuestra época vive los primeros capítulos de la historia hipermoderna del séptimo arte." (Lipovestky y Serroy, 2009:19)

El cine, en su cuarta fase, empieza a dar luces sobre su forma más radical. Este significado de hipermodernismo concebido por ambos autores, se caracteriza por estar sujeto a un movimiento sincrónico y global a las tecnologías, los medios, la economía, la cultura, al consumo y a la estética. Afecta al cine en todo el proceso de creación, desde su modificación gramática en las historias como en el financiamiento, distribución, exhibición y en estrategias conglomeradas que permitan un engranaje para producir ganancias en una película. Pero ¿Dónde se sostiene este sistema sincrónico, democrático? ¿Y dónde están esas estrategias que podría promocionar y generar un tipo de ganancia para una película?

Una posible respuesta sería en la web social y a su naturaleza de libre participación e información, a los que el actual consumidor tiene acceso, una nueva generación consumidora que también produce y cuelga material en internet. Además, sus destrezas, gustos y tendencias no se limitan a una sola habilidad, sino que desarrollan varias ya que pueden ser cinéfilos, editores, diseñadores, músicos, etc.

¿Entonces, porque no plantear las herramientas existentes en la web social y en el internet como un beneficio para el desarrollo de una película o, mejor aún, proponerlos como un sistema opcional o alternativo para el desarrollo de un nuevo cine? Para ello, resulta clave contextualizar y conceptualizar la web como tal y sus herramientas utilizadas para el cine.

3. LA WEB SOCIAL COMO RESULTADO DE LA CONVERGENCIA DIGITAL

Aproximadamente, más de la cuarta parte de la población mundial utiliza internet⁴. Sin duda alguna esta cantidad es relevante, pero no encierra en sí todas las transformaciones que se están produciendo en la actualidad a propósito del uso de la red. Existe una transacción cultural, económica y social que parte a raíz de las consultas en los sitios web, comprando en línea, buscando a la persona ideal o intercambiando correos. Los internautas empiezan a participar, a expresarse y a crear grupos gracias a la propia sencillez de esta. A través de los blogs, los usuarios también se expresan directamente en sus sitios web. En Youtube y Dailymotion comparten sus videos, y en Face-

book, Instagram y Snapchat amplían sus redes sociales. No satisfechos con el simple hecho de navegar, estos internautas proponen servicios, intercambian información y se implican.

Francis y Dominique, en su libro *Alquimia de multitudes* (2009), definen a estos usuarios como "actores web" que están cambiando el mundo. Se puede calificar a la web en dos sentidos: por un lado, un conjunto de ordenadores conectados entre sí y, por el otro, un conjunto de ordenadores modificables, también conectados entre sí.

En relación a la comercialización de productos en la web, Gartner Group⁵ creó el concepto "hype cycle" (que se puede traducir por "ciclo frenético") para presentar de manera gráfica el ciclo de madurez, de adopción y de aplicación comercial de las diferentes tecnologías. El análisis alude al llamado "efecto de moda", un conjunto de expectativas exageradas que suelen ir seguidas de una fase de decepción proporcional. Las innovaciones tecnológicas

4. Consultar en: www.internetworldstats.com

5. Gartner Group es una empresa consultora y de investigación de las tecnologías de la información con sede en Stamford (Connecticut, Estados Unidos). Dirección web: <http://www.gartner.com>

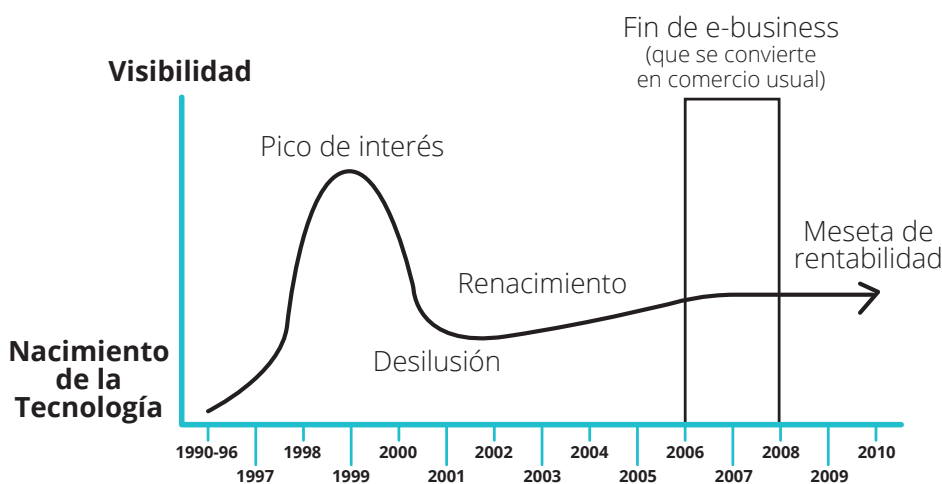


Figura 1. El "hyper cycle" de Gartner Group aplicado al e-business.

que superan esta fase con éxito pueden aspirar después a la madurez, asociada a la rentabilidad y al desarrollo de nuevas generaciones. El “*hype cycle*” más conocido es el que tuvo el lugar en el ámbito de los negocios electrónicos o *e-bussines* en 1999.

El “*hyper cycle*” de los estudios Gartner Group⁶ ya predecía el estallido de internet en el año 2000, pero también anunciaba que el *e-bussines* alcanzaría su punto máximo de rentabilidad en torno a los años 2006-2007. Ejemplos de empresas que han superado estas fases con ciertas expectativas, han logrado sobrevivir y en la actualidad generan rentabilidad serían Yahoo, Google, Ebay o Amazon.

4. LA WEB LUGAR SOCIAL Y EL PAPEL PREPONDERANTE DE LAS REDES SOCIALES

Al permitir establecer relaciones, Internet se ha convertido en un potentísimo instrumento como red social. Hay varios estudios como “El nuevo consumidor peruano” de GFK⁷ (2014), “Los intereses de la juventud en Guatemala: una aproximación desde las escuelas abiertas.” de UNFPA⁸ (2011) o *Vida de consumo* de Zymunt Bauman (2007), que permiten observar, desde un punto de vista cualitativo y cuantitativo, las costumbres de la juventud en la actualidad. Además, uno de los más importantes organismos es el Instituto Estadounidense “*Pew Internet Research*”, que recopila de forma regular la información más abundante sobre Estados Unidos y el mundo sobre manifiestos y costumbres de la juventud⁹.

Los jóvenes viven rodeados de nuevas tecnologías como Internet y los teléfonos móviles, los cuales ya son elementos de su vida cotidiana.

La web social marca un punto de tono esencial en la historia de las tecnologías de la información y de la comunicación. Ahora se habla de una generación capaz de resolver problemas en masa, la denominada “*inteligencia colectiva*”. Steven Johnson (2001), autor de obras técnicas y científicas, esboza un concepto interesante mucho antes que se empezara a hablar sobre la web 2.0. en su libro “*Sistemas emergentes*”. O “¿Qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software?” estudia los procesos que se observan tanto en la vida como en el cerebro humano, las ciudades y los programas.

5. UNA ECONOMÍA DE LA ABUNDANCIA Y DE LA DIVERSIDAD

Internet ha cambiado no solo las vidas de muchas personas, sino que también transforma el comercio y la cultura, siendo este último muy importante para un desarrollo alternativo de productos culturales como la música o el cine.

Chris Anderson, jefe redactor de la revista sobre tecnología *Wired*, en su libro *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More* (2008), explica de forma muy pedagógica cómo la tecnología permite que los mercados de masas se desplacen hacia los mercados nichos, convirtiendo en rentables las ventas de

6. Gartner, Inc. es la investigación de tecnología líder en la información del mundo y consultoría. Web: www.gartner.com

7. Compañía de investigación de mercados más grande de Alemania y la quinta más grande del mundo, tras Nielsen Company, Taylor Nelson Sofres, Forrester Research, y Kantar Group.

8. Fondo de Población de las Naciones Unidas, agencia especializada de las Naciones Unidas que comenzó a patrocinar programas de política demográfica en 1967.

9. Generaciones de jóvenes sumergidos en la internet y web social con preocupaciones colectivas.

pequeñas cantidades que hasta ahora no lo eran. Así es como se pasa de una cultura de la uniformidad a una cultura de la diversidad.

La larga cola es una expresión muy gráfica que alude a la representación gráfica de una firma económica llamada la ley de Pareto, inventada un siglo atrás que muestra que, en cualquier población, aproximadamente el 20% de los individuos se beneficia del 80% de la riqueza y que, en todo el mercado, el 20% de los productos atrae el 80% de los compradores.

Tomemos el caso de la música y los libros como productos culturales que están usando la web social y el "e-commerce" para su industria. En primer lugar, en este sistema del 20/80, más de tres cuartas partes de la venta corresponden a un pequeño porcentaje de los títulos de libros o discos que hay en el mercado. En uno de los almacenes, por ejemplo, sólo encontramos una

ínfima parte de todos los tipos de productos: los que está encaminados a satisfacer al mayor número de clientes.

En segundo lugar, internet permite ganar dinero vendiendo un número suficiente de productos que sólo interesan a un número reducido de personas. Gracias a eso, el sitio web estadounidense Rhapsody, que vende música on-line, gana más dinero vendiendo una o dos veces al mes centenares de miles de títulos que no figuran entre los 10.000 más conocidos. Y esa norma se repite y repite: encontramos las mismas proporciones en todos los productos estrictamente digitales en los que los gastos de reproducción, de almacenamiento y de transportes son casi inexistentes. Este principio se aplica también a las empresas comerciales que, como Amazon, recurren a internet para reducir sus costes de almacenamiento y de transporte.

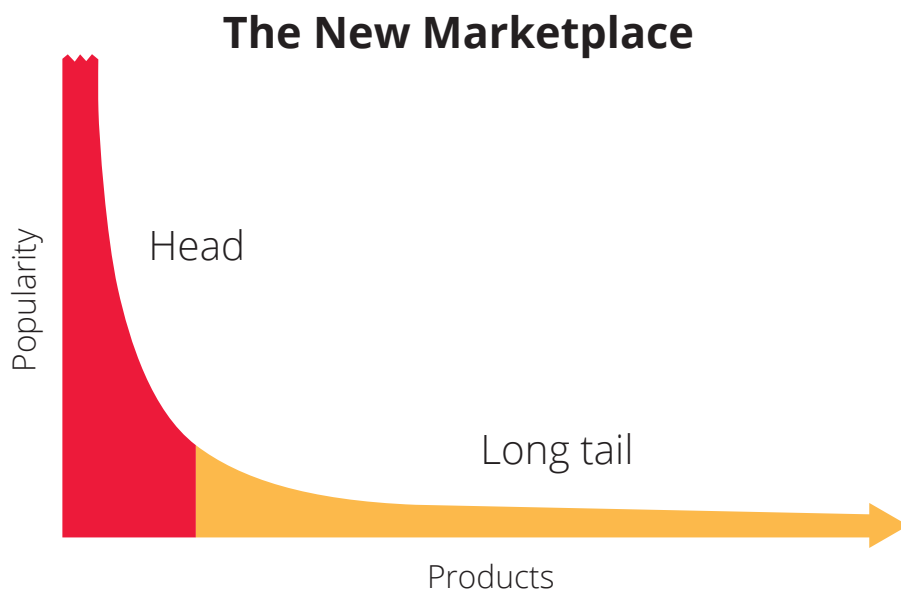


Figura 2. La larga cola representada por la parte amarilla de la curva. Extraído de "Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More" (2008), de Chris Anderson

En la curva de distribución de las ventas, la parte izquierda que sube hasta la parte superior (la cabeza) representa tradicionalmente el pequeño número de “best sellers”, mientras que en la derecha observamos una cola interminable formada por una gran cantidad de títulos de los que se venden muy pocos ejemplares. La revolución que ha introducido internet es que se puede ganar el mismo o más dinero vendiendo los productos que se encuentran en la cola.

Esto es posible por tres razones: la reducción de costes de producción, la reducción de los costes de distribución (transporte y almacenamiento) y los diferentes instrumentos que existen en internet –búsquedas y recomendaciones– que permiten que los consumidores se orienten en esta explosión de diversidad.

Para Anderson, la primera fuerza, la democratización de la producción, abastece la cola. La segunda fuerza, la democratización de la distribución, permite que toda la producción esté disponible. Y, por último, la tercera, es la que ayuda a la gente a encontrar lo que quiere por medio de estrategias en la 2.0, tal como ya viene usando la publicidad y el marketing.

6. LOS PROSUMIDORES DE LA WEB SOCIAL

La palabra “prosumidor” (o *prosumer*), es un acrónimo formado por la fusión original de las palabras en inglés *producer* (productor) y *consumer* (consumidor). De la misma forma, se la asocia a la fusión de las palabras en inglés *professional* (profesional) y *consumer* (consumidor) (Toffler, 1980).

En 1972, Marshall McLuhan y Barrington Nevitt propusieron, en su libro *Take Today: The Execu-*

tive as Dropout, que el consumidor con la tecnología electrónica podría llegar a ser un productor al mismo tiempo. Igualmente, Alvin Toffler, en su libro *The Third Wave (La tercera ola, 1980)*, recalcó el término “prosumidor” cuando hizo pronósticos sobre los roles de los productores y los consumidores. Toffler anunciaba un mercado con una alta saturación de producción en masa para satisfacer las demandas básicas de los consumidores. Para mantener el crecimiento de las ganancias, las empresas podrían iniciar un proceso de “*mass customization*”¹⁰, refiriéndose a la producción masiva de productos personalizados, y describiendo la evolución de los consumidores, involucrados en el diseño y manufactura de los productos. Y no solo podrían ser consumidores y productores, sino que además cada quién disfrutaría del control de los bienes y servicios que sean de su consumo.

Por otro lado, Don Tapscott ahondó más en este concepto en su libro *The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence (La Economía Digital: La Economía Digital: La promesa y el peligro en la era de la inteligencia en red)* usando la palabra *Prosumption* (Prosumo). El manifiesto de Cluetrain, creado en 1999 por Fredrick Levine, Christopher Locke, Doc Searls y David Weinberger, afirmó que los mercados son conversaciones, con la nueva economía moviéndose desde consumidores pasivos hacia “prosumidores” activos. Un caso a destacar es el Amazon.com, que emergió como un líder de comercio electrónico, en parte debido a su habilidad para construir relaciones entre los clientes en forma de conversaciones más que simples, “*one-time sales*”. Amazon favorece el intercambio de información entre clientes.

10. Traducido como ‘Personalización masiva’.

Un prosumidor no tiene fines lucrativos, sólo participa en un mundo digital de intercambio de información, como podemos observar en el caso del sistema P2P¹¹ (*peer to peer*). Incluso existen en la red páginas de tutoriales que instruyen a los usuarios a realizar ciertas tareas con el fin de impulsar el desarrollo y producción en la web. En la denominada web social, se pueden encontrar numerosos proyectos centrados en la figura del prosumidor, como es el caso de *iStockphoto*¹², aunque el ejemplo más claro quizás sea el de la empresa Lego con *Mindstorms*¹³; debido a que los clientes mejoraron el *know-how* del producto con ideas de co-creación, creatividad y colaboración entre los compañeros o fanáticos. El concepto era la creación de robots a partir de ladrillos programables, pero los clientes se permitieron participar, mediante el hacking, en la modificación del programa y del software. Lo *prosumers*, en este caso, se vuelve una comunidad empoderada para mejorar no solo con reclamos, sino innovando el producto con alto nivel emocional. Actualmente Lego, en su página oficial del Mindstorms, permite más de estas actividades.

En el año 2008, se creó en Colombia la red de prosumidores llamada "*Prosunet*". El propósito era que las herramientas sirvieran de consulta a todos los prosumidores del planeta y convertirse en el primer sistema de compra inteligente. En la actualidad, existen más casos de red de consumidores como Prosumidores en red (2015) en Chile. Al igual que Prosunet, esta red promueve el intercambio de proyectos entre pequeños productores mediante una moneda social, siendo sus proyecciones de crecimiento muy positivas, principalmente por el fuerte vínculo con las tecnologías de la información y el comercio electrónico.

No obstante, las comunidades de *prosumers* las encontramos en redes sociales, webs y foros.

Hoy por hoy, además, han derivado nuevos términos que encierran grandes comunidades de prosumers como el *fanfiction*, quienes escriben y se apropian de sus historias favoritas para crear nuevos relatos; o inclusive los llamados *spin-off* audiovisuales, en los que empresas o fanáticos extienden la historia de alguna parte de películas de culto.

Existe una web internacional llamada 'fanfiction.net' en la que se discuten temas, publican historias y comentan novedades. Además, se encuentra traducida a 14 idiomas. En el caso de Spin-offs, existen videos colgados por productoras o canales de fanáticos en Youtube, Dailymotion y Vimeo.

7. NUEVAS FORMAS DE FINANCIAMIENTO DE PELÍCULAS INDEPENDIENTES

Gracias a tres internautas, que crearon una lista de 95 premisas, en el Manifiesto CLUETRAIN, las empresas tuvieron que adaptarse a las nuevas condiciones de mercado creadas por Internet. En dicho manifiesto, se define al mercado como conversaciones entre seres humanos y no sólo como un conglomerado de sectores demográficos que intercambian bienes y servicios. Internet es la nueva herramienta que hace posible las interconexiones e hiperenla-

11. *Peer to peer (P2P)* es una red de computadoras en la que todos o algunos aspectos funcionan sin clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí. Es decir, actúan simultáneamente como clientes y servidores respecto a los demás nodos de la red. Las redes P2P permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados.

12. Fuente web: www.istockphoto.com

13. Fuente web: www.mindstorms.lego.com

ces. La llamada 'Juventud global', nativos digitales y los migrantes digitales, viven en una nueva era donde los mercados están interconectados persona-a-persona, y en consecuencia se pueden considerar mercados más inteligentes, más informados, más organizados y más participativos.

7.1 CROWDFUNDING

En el caso del cine a nivel mundial, esta telaraña llamada red ha hecho posible que los productores independientes se enlacen por nuevas vías con programadores, críticos y audiencias. Los realizadores de películas crean y poseen sitios web, perfiles en Facebook, seguidores en Twitter, blogs y foros desde los que también interactúan con posibles colaboradores e instituciones que podrían aportar recursos económicos a sus proyectos.

El desarrollo de la Web social ha dado pie a varias modalidades de bolsas de producción comunitaria para la obtención de recursos financieros o *crowdfunding*. En estos casos, la web se transforma en el centro de recaudación de aportes de colaboradores individuales o institucionales.

Uno de los primeros casos de éxito en la red es la de Robert Greenwald, director y productor que en solo 10 días acumuló 385.000 dólares en donaciones para la realización de su documental *Irak for sale* (Broderick, 2008). Se trata de un documental sobre la participación de las corporaciones estadounidenses en la invasión y reconstrucción de Irak. Quizás si el director hubiese intentado completar el financiamiento de su película de la manera tradicional, probablemente no habría conseguido los fondos necesarios. Gracias a la estrategia del *crowdfunding*, consiguió que 3006 personas donaran dinero para que la película fuera rodada, finalizada y estrenada.

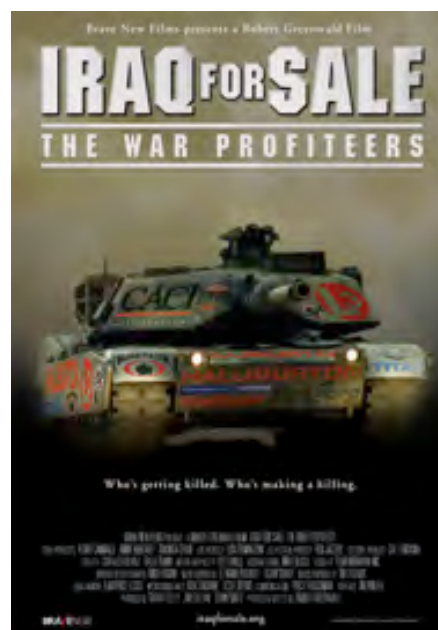


Figura 3. Portada de la película *Irak for sale*

También cabe mencionar *The age of stupid* (2009) de Fanny Armstrong, documental que expone las consecuencias del cambio climático. El director y productor, en este caso, no recaudó fondos por Internet ya que no quería poner en jaque a las empresas de hidrocarburos que tenía previsto investigar. En esta etapa, el *crowdfunding* funcionó por el boca a boca (*buzmarketing*)¹⁴ una estrategia muy usada por la publicidad y el marketing digital que, actualmente, manejan una gran capacidad en la social media para dar a conocer algún producto o servicio. Gracias al manejo de la imagen y promoción adecuadas, esta película se rodó y terminó. El estreno fue global y online en los días 21 y 22 de septiembre de 2009.

Existen otros ejemplos como el de *Alice au pays s'émerveille* (2009), de Marie-Eve Signeyrole, en donde la recaudación de fondos se convirtió en

14. Es una técnica que consiste en pasar información por medios verbales, especialmente recomendaciones, pero también información de carácter general, de una manera informal, personal, más que a través de medios de comunicación, anuncios, publicación organizada o marketing tradicional.

modelo de acciones, es decir, la audiencia contribuyó a la producción y al final recibió algún tipo de “merchadising” de la película o sus nombres en los créditos. Es así como la audiencia se convirtió en pieza importante del proceso creativo y de la producción. Los productores necesitaban acumular 95.000€ y pidieron a la audiencia su colaboración mediante una plataforma de *crowdfunding*, en este caso desde la propia web del cortometraje. El modo de llamar la atención de la audiencia también fue importante, ya que para marzo del 2009 ya habían obtenido 30.697€. Posiblemente, el que Emir Kusturica estuviera en el casting ayudó a completar la suma inicial.



Figura 4. Portada de la película *Alice au pays s'émerville*

Una de las plataformas que más dinero recolecta por proyecto cinematográfico es *Kickstarter*, plataforma de *crowdfunding* americana. *Kickstarter* menciona que dentro del rubro cine los proyectos de jóvenes cineastas independientes y de no ficción con los que mayor demanda tienen en su red. Entre los proyectos documentales más destacados tenemos: *Ai Weiwei: Never Sorry* (2012) de Alyson Klayman y *a Indie Game: The movie* (2012) de Lisanne Pa-

jot y James Swirsky. La primera, cuenta la vida del artista y activista chino llamado AiWeiwei, conocido por ser un gran opositor del régimen político neocomunista de la República China. La meta de la recaudación para esta película fue de 20.000 US\$ pero sobrepasó el monto a 52.175 US\$ con unos 793 contribuyentes. Las contrapartes o recompensas de la productora con sus colaboradores fueron desde Dvd de la película, posters, hasta de reconocimiento en los créditos como parte de los productores de la película. *Ai Weiwei: Never Sorry* no solo logró realizarse y estrenarse en el 2012 sino que estuvo nominada a los premios Oscar y elogiada por la crítica de Sundance.



Figura 5. Portada de la película *Ai Weiwei: Never Sorry*

Indie Game: The movie es un viaje al mundo de los mejores desarrolladores de juegos *indies* mientras crean juegos. Al igual que con *Ai Weiwei: Never Sorry*, superó la meta establecida en la plataforma de *kickstarter* de 15000 US\$ a 23341 US\$ con un total de 297 patrocinadores. Las recompensas iban acorde se invirtiera desde 1 US\$ hasta 300US\$ a más. Por ser un tema de videojuegos, el *merchadising* tuvo gran acogida pero la parte más gruesa de la re-

caudación fue gracias a incluir a los fans en los créditos como una forma de agradecimientos. *Indie Game: The movie* obtuvo un premio como mejor documental internacional en Sundance y una gran acogida en su estrenos por la comunidad de *gamers*. Cabe destacar que *Kickstarter* propone una serie de normas y acuerdos de comunicación que la productora o director debe cumplir. Entre esos acuerdos está la realización de material audiovisual, propiedad intelectual, estrategia de marketing, etc. Al día de hoy, *Kickstarter* pone más requisitos para exponer tu proyecto tanto para aceptarlo como de cobranza. Uno de los status e importante es el de completarse la meta: la plataforma devuelve el dinero a todos los patrocinadores si no se llega a la cantidad estipulada.

Otro caso interesante que ha revolucionado la forma de financiamiento tradicional en España es el largometraje *El Cosmonauta*¹⁵ (2013), de la productora *Riot Cinema*. Por un lado, a través del *Crowdfunding* por la red lograron una buena parte de su financiamiento. Luego de dos meses de campaña lograron ingresar 6.000€ provenientes de 447 personas que aportaron su dinero en dos modalidades: venta de productos en la tienda virtual¹⁶ y venta de participaciones de la película.¹⁷

En el caso de proyectos latinoamericanos, *Indiegogo* es la plataforma de *crowdfunding* pre-

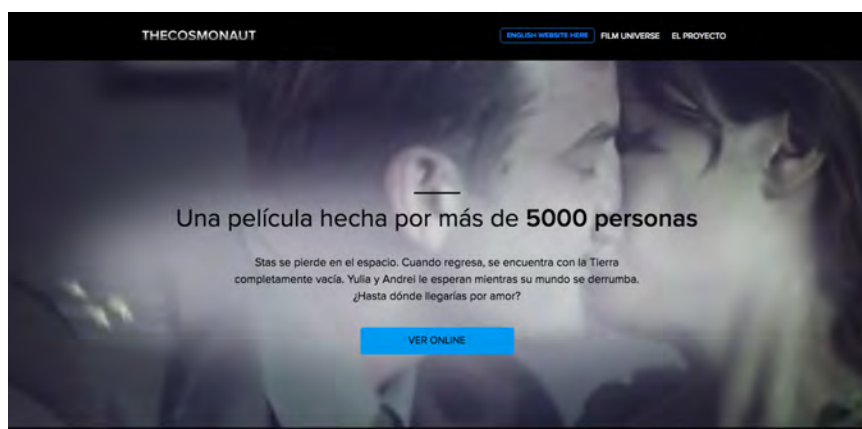
ferida por los realizadores, que en su mayoría, cuentan con proyectos de no ficción. Uno de estos casos es el documental *De ollas y Sueños*. Rosa Shopía Rodríguez, fundadora de *Cinema-perú* y comunicadora audiovisual, comenta que en el Perú, el director Ernesto Cabellos necesitaba recursos para culminar la versión de 75 min. de su película documental *De ollas y sueños* (Asociación Guarango Cine y Video), para lo que gestionó la participación de diversos posibles co-productores. Además de seguir la vía tradicional de financiamiento, solicitó aportes y auspicios a través de su página web e *Indiegogo*. En este caso, los aportes se clasificaban según dos parámetros: entre 50 US\$ y 150US\$ se garantizaba al donante un agradecimiento especial en los créditos. Para aportes mayores que 150 US\$, el donante recibía el agradecimiento y sería de los primeros en recibir una copia DVD cuando la película estuviese finalizada. Finalmente, no se obtuvieron recursos por esta modalidad pero el esfuerzo sirvió para dar información sobre la película a los posibles interesados en financiar el proyecto. *De ollas y sueños* fue estrenada el 7 de agosto de 2009 en

15. <http://es.cosmonautexperience.com/>

16. El internauta puede convertirse en productor desde 2€.

17. Inversores desde 1000€.

Figura 6.
Web del proyecto transmedia *El Cosmonauta*



la inauguración del Festival de Cine de Lima y posteriormente fue seleccionada en la Seminci de Valladolid.



Figura 7. Portada de la película *De ollas y Sueños*

Otra caso peruano es del documental *Rodar contra Todo* (2016), de la directora Marianela Vega, que cuenta la historia y peripecias del primer equipo de rugby en silla de ruedas del Perú. La directora comenta que el *crowdfunding* lo usó para la etapa de distribución (Avant premiere y otras actividades de distribución). La plataforma que se usó fue la de *Indiegogo* con meta flexible, lo que quiere decir que si no llegan a la cantidad total no es obligatorio devolver el dinero donado a los patrocinadores (quienes dan el dinero). Se recolectó un 53% de su meta total, que equivalía a 10.000US\$, y contaron con 94 patrocinadores en total. La estrategia que utilizaron fue del uso de material audiovisual, por un lado, la directora hablaba sobre su punto de vista, centro de la película y, por otro lado, existían imágenes previas antes del corte final de la película. La directora comenta que no basta mostrar el tráiler, hay que generar un valor de marca del film en sí; es por ello que se apoyaron de un video adicional creado especialmente para *Indiegogo* y para mover en las redes sociales de la película.

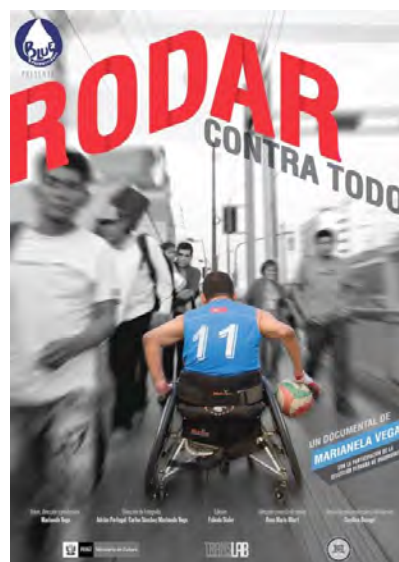


Figura 8. Portada de la película *Rodar contra Todo*

Además, se creaban constantemente "posts" en sus redes sociales explicando la campaña de *Indiegogo* y se compartía el link del *crowdfunding* entre conocidos. Marianela comenta que le hubiera gustado llegar al 100% de la recaudación, pero comprende que las expectativas del público son diferentes al apoyar una película por hacer que una película ya realizada. Sin embargo, recaudó un buen porcentaje de dinero que le permitió concluir con la etapa de distribución previa a una estrategia de exhibición a festivales y a circuitos alternativos. Las recompensas o contrapartidas por colaborar dependieron mucho de la cantidad que se aportó. Las recompensas iban desde el link para ver la película antes del estreno, afiches, polos, obras inspiradas en la película por artistas que las habían donado, *bluray*, etc. *Rodar contra todo* ha sido estrenada en el 2016 en Perú tanto en el festival de cine de Lima como en salas comerciales limeñas.

Cielo oscuro (2012), largometraje y opera prima del cineasta peruano Joel Calero, usó una estrategia de *crowdfunding* para la etapa de postproducción. Antes de comenzar el *crowdfunding*, logró conseguir unos 50.000 US\$ de un

auspiciador, pero aún le faltaban como unos 15000 US\$ para completar la suma requerida para culminar la película. La plataforma que utilizó fue Indiegogo, consiguiendo cerca de 9.000 US\$, no obstante, destaca que no todos los participantes pusieron dinero directamente en la plataforma, algunos le pidieron una cuenta bancaria para realizar el depósito. Cabe resaltar que la convocatoria fue realizada en el año 2010 y el comercio electrónico, como el uso de la tarjeta de crédito en internet, no era percibido del todo seguro en Perú. Es decir, el peruano era desconfiado en dar el número de tarjeta y claves. Caso contrario fue el de *Rodar contra todo*, que es una película más reciente y el índice de compras o transacciones por internet en Perú ha subido. Joel menciona, que más allá de recaudar dinero, la plataforma de crowdfunding le sirvió para dar visibilidad a la película y credibilidad a cualquier colaboración por persona. Al no contar con una estrategia en redes sociales que acompañe a la campaña de Indiegogo, el grueso de patrocinadores fueron provenientes de amistades y familia cercana al director. Incluso hubieron amigos del

director que apoyaron con fuertes sumas fuera de la plataforma. Las recompensas fueron de acuerdo al monto establecido; entre ellas hubieron agradecimientos en los créditos finales, co-productores (nominal, no percibían ganancias monetarias), entrega del guión editado de la película, afiches, el dvd o bluray de la película y entradas para el *Avant Premiere*. *Cielo oscuro* fue estrenada en el Festival de Cine de Lima y en salas comerciales en el Perú.

En Argentina, el documental *Piedra Libre* (2015), de Alejandra Vassallo y Pía Sicardi, que narra los recorridos por la justicia y la verdad a través del lenguaje de la danza afroamericana, requirió de crowdfunding pero por la plataforma "Ideame". Para la realización del documental recaudaron 7.494 US\$, sobrepasando la cantidad inicial de 6.500U S\$ que habían puesto en la plataforma.



Figura 9. Portada de la película *Cielo oscuro*

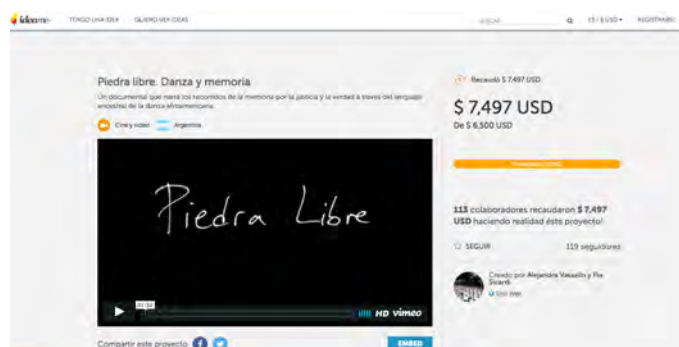


Figura 10. Crowdfunding del documental *Piedra Libre*

La contrapartida o recompensa que se daban a los aportadores era un *wallpaper* del cartel de la película, agradecimiento en las redes sociales y en la página web de la película, invitación especial al estreno, *ringtone* especial grabado por la sonidista, aparición en los créditos de la película, link para descargar la película una vez estrenada, clases de danza afro, DVD de edición limitada de la película, invitación de rodaje de la escena final, y fiesta de fin de rodaje de la

para el *Avant Premiere*, etc. *Marmato* fue selección oficial del festival de Sundance estrenándose ahí, y además, ha ganado el premio *Candescent Film*¹⁸.

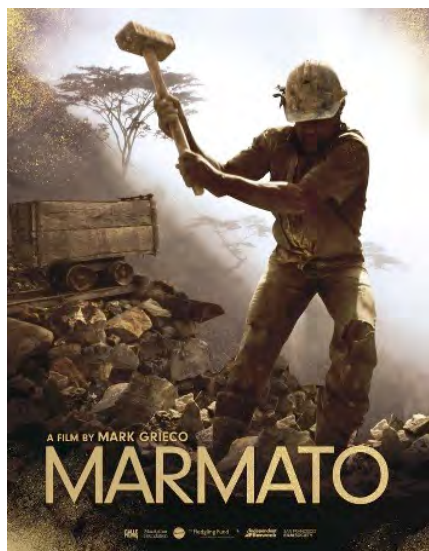


Figura 11. Portada de la película *Marmato*

Y, por último, destacamos el documental *Durazno* (2012), de la realizadora boliviana Yashira Jordán, quien realizó parte de su película gracias a la recaudación de dinero que obtuvo por Indiegogo y otras estrategias de crowdfunding. El documental es una *road movie* que sigue a Ezequiel, un joven argentino, que emprende un viaje a Bolivia para encontrar a su padre y reconstruir una identidad. La directora destaca, al igual que algunos casos anteriores, el uso de la plataforma Indiegogo por no pedir retorno de dinero al no cumplir con el total de la meta. En este caso, tanto la directora como la productora, desde un inicio pensaron la realización y todo el proceso de la película de una manera alternativa. No solo se quería hacer crowdfunding, también querían que la historia se contara en diversos formatos, mediante una estrategia transmedia: desde formato como el cine, móvil, tv, videos juegos, historietas, hasta realidad aumentada. Así mismo, apuesta por

un tipo de cine diferente donde la película es realizada gracias a muchos y vista por todos. Es por ello, que se la puede encontrar gratis en "Odeon VOD"¹⁹, distribuidora online para ver películas. La recaudación mediante la plataforma fue de 2.343US\$ lo cual fue el 62% del total de 3.500US\$ contando con un total de 27 patrocinadores. Existe una concientización ecológica por parte del equipo de *Durazno*, es por ello que las recompensas no solo estuvieron ligadas a la película sino a la atmosfera ecológica. Las recompensas fueron acceso al *Avant premiere*, agradecimientos en las redes sociales, material extra vía online, *merchadising* con material reciclado y orgánico, semillas de verduras y frutas, invitación el rodaje, polos, tazas, *stickers*, y contribuidor con ganancia (por la contribución de 500US\$ y 1000US\$).

Las herramientas de las redes sociales hacen posible el seguimiento de los proyectos en Crowdfunding, por ende es viable la formalización de contratos con las audiencias y asegurar el reparto de beneficios. Es por ello que analizando algunos de estos ejemplos se pueda preveer un panorama en el que las empresas de producción audiovisual de América Latina, además de las formas tradicionales de financiamiento para la etapa de desarrollo del proyecto (modalidades que dependen de la legislación y del grado de importancia que los gobiernos den a su cinematografía en cada país), cuenten con herramientas tecnológicas que les permitan acceder de manera más rápida y precisa a posibles co-productores. Las nuevas tecnologías pueden potenciar el acceso a diversas fuentes de financiamiento gracias a la mayor circulación de información en los foros

18. Candescent Films es una productora de cine estadounidense que produce y financia documentales y narrativas películas que exploran temas sociales.

19. <https://www.odeon.com.ar/bienvenida>

profesionales y las redes sociales. Los blogs, Twitter, Facebook y Youtube aportan a su vez a los coproductores la información transparente y continua del uso que se está haciendo de los recursos, en el caso que los donantes pasan a convertirse en accionistas.

8. NUEVO Y VIEJO MUNDO DE LA DISTRIBUCIÓN

La web social no sólo ha modificado las dinámicas sociales en todos los sectores económicos, sino que también ha cambiado la valoración de los procesos, y por consiguiente las jerarquías (Mac Govern, 2006). El acceso masivo a la red, la mayor competencia entre los operadores de

telecomunicaciones y el abaratamiento de los equipos informáticos y de telefonía de última generación, ha reacomodado la geografía de los espacios de explotación de las obras audiovisuales.²⁰

Según Peter Broderick (2008), consultor especializado en cine y nuevas tecnologías, existen dos estilos de distribución, producto de las nuevas relaciones y las prácticas que han aparecido a la sombra de Internet: el Viejo Mundo y el Nuevo Mundo de la distribución. En el cuadro siguiente, Broderick define las características de estos dos estilos de trabajo:

20. Rovito Pablo

VIEJO MUNDO de la Distribución	NUEVO MUNDO de la Distribución
El distribuidor tiene el control	El director tiene el control
Negocio total	Enfoque híbrido
Esquema de estreno rígido	Estrategias flexibles de estreno
Audiencia masiva	Audiencia nuclear y cruzada (diversificada)
Costos en ascenso	Bajo costo
Espectadores llegan a través del distribuidor	Acceso directo de los espectadores
Tercera parte de las ventas	Tercera parte de las ventas y ventas directas
Distribución territorio por territorio	Distribución global
Ingresos colaterales y cruzados	Flujos separados de ingresos
Consumidores anónimos	Genuinos admiradores

Figura 12. Tabla tomada de *Geografía del Nuevo Mundo de la Distribución*, de Peter Broderick (2008)

Por un lado, en el Viejo Mundo, según el modelo de Broderick, los distribuidores son los intermediarios inevitables entre el productor y los exhibidores. Los directores, que en muchos casos son también productores, se basan en la necesidad de acceder a la exhibición en salas. Para el productor Pablo Rovito, está paradójica situación se define de la siguiente manera:

“El mercado está compuesto por productores y consumidores y no por productores y exhibidores, suponer lo contrario es lo mismo que pensar que los paquetes de galletitas concurren a un mercado donde la demanda es la góndola del supermercado. La góndola es la exhibición del producto.” (Rovito, 2009)

Por otro lado, en el Nuevo Mundo de la distribución no hace falta la “góndola”, como menciona Pablo Rovito, y mucho menos el “supermercado”, ya que Internet abre las compuertas de las películas con nichos especializados de público.

La distribución online ofrece espacio virtual ilimitado y disminución de costos. Para ello la ley de Pareto es muy importante. La Ley de Pareto o la llamada ‘regla 80/20’ puede esbozarnos un panorama eficaz y de lo que ocurre en las redes. La regla del 80/20 también se aplica a las ventas (el 20% de los clientes produce el 80% de los beneficios; o el 20% de los vendedores realiza el 80% de las ventas) o a cualquier otra cosa (el 20% del diario trae el 80% de las noticias importantes, o que el 20% de los empleados causan el 80% de los problemas). Siendo el 80 % la larga cola a la que se refiere Chris Anderson. Y una de las consecuencias de la larga cola en la exhibición cinematográfica consiste en hacer atractivos los discretos nichos de los gustos cinematográficos más especializados.

Es decir, mucho de ese 80% restante de la larga cola es consumidor de productos masivos. En

cambio, en el 20% de la cola corta se ubican esas personas que prefieren un producto “no comercial”. En el caso de la música, estarían los que escuchan música *indie* o aquellas que ven películas independientes. No obstante, a medida que se genera un boca a boca o tendencia, ese pequeño porcentaje puede acrecentarse. Los consumidores quieren ser diferentes, por lo tanto intentan no escuchar lo mismo que los demás, pero a la vez el ser diferente los hace merecedores de un lugar en el espacio de los nuevos tiempos. La tendencia de Pareto en las redes sociales no solo influye en las ventas y comercio, sino que también va transformando la sociología y las tendencias de los cibernautas.

Para los creadores y/o productores, Internet y los nuevos medios podrían ser espacios idóneos para películas de público minoritario y/o bajo presupuesto. Las nuevas ventanas electrónicas y las flexibles dinámicas sociales desarrolladas a partir de Internet y la telefonía móvil, podrían combinarse con antiguas prácticas y constituir alternativas reales de financiamiento y recuperación de la inversión de las películas latinoamericanas, en coexistencia con las modalidades tradicionales de distribución. Lo cierto es que las herramientas de la red están proporcionando a los realizadores y productores independientes un control sobre la distribución de sus propias obras que antes no tenían. Los creadores/productores deciden los pasos a tomar y qué beneficios obtener de las películas más allá de los costos (si es más conveniente estrenar en Internet, televisión o en un festival de primer orden, si planificar ventas de DVDs desde una web o facilitar la descarga de manera gratuita porque los ingresos vienen desde otra vía, etc.).

Los productores independientes buscan salas de exhibición en ciudades prósperas o diversifican la búsqueda y contratación de redes de salas en empresas dedicadas al negocio del es-

pectáculo. Al conversar con el grupo Guarango, productora peruana, mencionan que los que estuvieron interesados en ver el documental *De Ollas y Sueños* del peruano Ernesto Cabellos, pueden conocer las fechas y ciudades de las presentaciones desde la sección "Pida una función" de la web de la Asociación Guarango.

Más que una compleja red de distribución, la Asociación Guarango se nutre de las exhibiciones que realizan los peruanos en el extranjero en sus ciudades de acogida y el prolífico, especializado y ubicuo circuito global de festivales. Así, en el marco de la muestra "Una Mirada al Sur"²¹ llevada a cabo en octubre del 2010 y organizada por una asociación de peruanos en Madrid, se proyectó el documental y acto seguido se vendieron los DVDs al público.

En el nuevo mundo de la distribución, las ventas conviven en la web y la distribución en tiendas minoristas debido a que éstos últimos se benefician de las campañas de publicidad viral y exhibiciones comunitarias que desarrollan los creadores/productores. De esta manera, crean estrategias híbridas de distribución.

Mientras los distribuidores del Viejo Mundo desarrollan estrategias de marketing rígidas y onerosas que van dirigidas al gran público, los creadores/productores prueban y modifican sus estrategias de mercadeo según sea necesario, innovando con tecnología multimedia y herramientas web, las cuales son bastante menos costosas que los medios tradicionales de publicidad. Lo importante es la precisión con la que se llega al público al que podrían interesarle los temas o el tipo de película.

9. PLATAFORMAS CROWDFUNDING, OTRAS FORMAS DE EXHIBICIÓN Y TRANSMEDIA

9.1 FESTIVAL DE CINE ONLINE22 Y FILMOTECH (2011)

Este festival se llamó "Primer festival europeo de cine invisible" y se llevó a cabo del 11 de abril al 11 de mayo del 2011. La web que se propagó por las redes sociales entre otros usó mecanismos propios del internet para su comercialización y exhibición que muchas veces no constaba en el dinero. En su página podemos leer sus premisas:

-Cine inédito: Primer festival online que exhibe cine inédito español y europeo.

-Online: Las películas estarán disponibles en nuestra web y solamente para España hasta el 11 de mayo.

-Legal y gratuito: El visionado de las películas es gratuito.

-Garantía: Un proyecto que cuenta con la seguridad y garantía de filmotech.com

Este festival es un proyecto de Filmotech.com y que a su vez es parte de EGEDA²³ (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales). Actualmente cuenta con el patrocinio de Ámbito Cultural del Corte Inglés.

21. <http://www.unamiradaalsur.com/>

22. <http://www.festivalcineonline.com/>

23. (EGEDA) Entidad de gestión de derechos que representa y defiende los intereses de los productores audiovisuales asociados a esta en Chile, Colombia, España, Estados Unidos, Ecuador, Perú y Uruguay

Es importante mencionar que Filmotech es una importante plataforma de distribución y exhibición a través de internet. La mayoría de películas en su cartera es española y está disponible para descargar, ver online o en *streaming*. Web: www.filmotech.com/

9.2 FORO CROWDFUNDING DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN (2011)

La productora Donostia Films organizó, en colaboración con Arteleku-Tabakalera, Plaza de Fomento de San Sebastián y EITB, el I Foro *Crowdfunding* Donostia-San Sebastián, que se llevó a cabo el jueves 30 de junio, a partir de las 16:00 horas, en el Salón de Actos del centro cultural Koldo Mitxelena de dicha ciudad el año 2011.

9.3 VERKAMI, GOTEIO Y FANDYU (2010)

Hasta hace relativamente poco, estas fueron las tres plataformas de crowdfunding más importantes de España. Gracias a sus aportaciones se pudieron realizar proyectos como *Arrós Movie* (Marc Sempere, 2012), *Queremoshacerunapeli.cula.com* (Victor Cabaco Ordoñez, 2014), *El cosmonauta* (2013) o *Suziedades* (2011) que es proyecto en donde un grupo de profesionales multidisciplinares en medios digitales realizan animaciones. Muchos de estos proyectos han sido producidos como parte de una estrategia 360 o transmedia.

9.4 CROWDFUNDING-PLATAFORMAS

Existen variedad de plataformas de financiamiento para proyectos en general. Como ya hemos podido observar en los casos anteriores, depende mucho de la estrategia o etapa de la película. Entre las más conocidas y usadas tenemos: Indiegogo, Kickstarter, Kifund Film crowdfunding, Ideame, Verkami y Goteio. A continuación se describen algunas de ellas.

9.4.1 Kickstarter

Kickstarter (2008) es una de las plataformas de origen norteamericano y fue fundada por Perry Chen, Yancey Strickler y Charles Adler. La plataforma crowdfunding es una de las más exitosas y conocidas a nivel mundial para proyectos creativos. Kickstarter facilita la recaudación monetaria que va a la realización del proyecto en concreto, sin embargo, las creaciones deben cumplir con un tipo de reglas como la idea debe ser original y no copia, del total de lo recaudado la plataforma se quede con 5% y Amazon payment con un 3%, contar con una estrategia de redes sociales o de comunicación y entregar las recompensas prometidas a los patrocinadores; además, si el proyecto no llega a la meta establecida se devuelve el dinero a todos los patrocinadores.

Web: www.kickstarter.com

9.4.2 Indiegogo

Indiegogo (2008) fue fundada por Danae Ringelmann, Slava Rubin, y Eric Schell. Al igual que Kickstarter, se queda con un 5% del total recolectado y el Paypal con un 3,5 a 9%. Indiegogo es muy utilizada por directores noveles latinoamericanos ya que a diferencia de Kickstarter te permite quedar con todo el dinero recolectado a pesar de no llegar a la meta. Actualmente, la plataforma cuenta con gran popularidad y se

sabe que diariamente recibe la visita de más de 14 millones de personas. En el 2016, Indiegogo se asoció con *Microventures*²⁴ lo que le da más confiabilidad, y estrategias empresariales a los proyectos.

Web: www.indiegogo.com

9.4.3 Kifund Film Crowdfunding

Kifund (2011) es la primera plataforma de mecenazgo para proyectos cinematográficos o medios audiovisuales, siendo esta el principal valor diferencial de todas las plataformas existentes hasta el momento de su creación. Aparte de financiar proyectos, Kifund quería forjar una red de contactos entre la comunidad y amantes del cine.

Web: www.projeggt.com/kifund

9.4.4 Ideame

Ideame es una plataforma de crowdfunding argentina que básicamente conecta emprendedores con algún tipo de ideas con colaboradores que se interesen por este. Ideame nace a partir del gran problema que enfrentan muchos países latinoamericanos: pocos fondos para realización de un proyecto, más aún cuando es de corte cultural o artístico como lo es la música, libros o películas. Al igual que Kickstarter, al no recolectarse la meta total se devuelve a sus patrocinadores el dinero donado.

Web: <http://www.idea.me>

9.5 FESTIVAL DE CINE OLINE MÁRGENES.

Márgenes es un proyecto creado por *River Ruta* y Cine en Ruta. También es una plataforma de distribución y exhibición de cine, donde se

puede encontrar variedad de películas de no ficción e independientes. Algunas de los visionados son gratuitos y por otros se paga una cuota, al igual que por la descarga. En los últimos años se ha hecho muy conocida por sus festivales online y físicos con importantes películas iberoamericanas de no ficción e independientes que no logran exhibirse en el circuito tradicional. Al día de hoy ya va por su VI festival y se realiza cada año durante todo el mes de diciembre.

<http://margenes.org>

9.6 PRODUCTORAS Y DISTRIBUIDORAS 2.0

9.6.1 Kevin Smith y su compañía Smodcast Pictures 2.0

Kevin Smith es un cineasta y gran detractor de la industria hollywoodiense abiertamente. El director creó en el año 2011 una empresa de distribución de películas y que, a su vez, producía material televisivo. De alguna manera fue una respuesta al exceso de las distribuidoras norteamericanas que finalmente no brindaban el grueso de ganancias a Smith. En el festival de Sundance, Smith anunció que su película *Rojo estado* la liberaría por esta plataforma. Actualmente la productora y distribuidora produce la serie de televisión sin guión *Comic Book Men* y ya lleva aproximadamente 74 episodios.

Web: <http://www.smodcast.com>

24. Es un sitio web donde se conectan empresas con nuevas ideas o startups.

9.6.2 Plataforma VOD para Zentropa de Lars Von Trier

Lars Von Trier anunció en Cannes del 2011 que lanzaría Zentropa Vod poniendo a disposición el catálogo (películas de Lars von Trier, series, películas del Dogma del 95 y películas que aún no se habían lanzado por DVD) de la productora independiente del cineasta. De esta manera, Zentropa recibiría directamente las ganancias sin intermediario a través del sistema *On Demand*. Zentropaondemad.com cobra 5,75US\$ los nuevos lanzamientos, 4,3 US\$ los títulos del catálogo y 1,44 US\$ cada episodio de una serie y los cortometrajes.

Web: <http://www.zentropa.dk>

9.7 ODEÓN

Odeón es una plataforma gratuita de contenidos audiovisuales de producción argentina. Los directores o productoras son libres de entregar su material a Odeón para ser exhibidos a la audiencia. No existe costo alguno por visionado pero hay que registrarse y no se permite descargar los materiales.

Web: www.odeon.ar

9.8 NETFLIX

Netflix es una conocida plataforma norteamericana que proporciona películas y series de todo género vía streaming. Lo interesante de Netflix es que no solo se cobra un fee mensual/anual por acceder a su contenido, sino que también crea contenidos, ya sea para películas de ficción como de no ficción y series para su audiencia. Muchos guionistas y realizadores han encontrado una forma de dar a conocer

sus historias que muchas veces una cadena televisión o productora reconocida no la aceptaban.

Web: www.netflix.com

9.9 FILMIN

Filmin es una conocida plataforma de cine online española que proporciona visionado streaming de películas independientes en su mayoría. Desde el 2011 que se hizo más conocida ha obtenido numerosos premios como el Premio a Time Out, al proyecto más innovador y en Barcelona ganó el Premio Ciutat de Barcelona a la creatividad e innovación. Al igual que Netflix, se paga una tarifa plana pero se diferencia por tener el premium y el Premium +, donde se puede acceder a todo el catálogo y se tiene 3 vales premier al mes para títulos de estreno.

Web: www.filmin.es

Como se puede observar, existen variedad de plataformas de crowdfunding y plataformas de distribución y exhibición online que se mezclan en las etapas del proceso de una película. El crowdfunding no solo se usa para la realización de una película sino para lograr terminar alguna etapa posterior ya una vez realizada. Además, muchos directores han observado que al no llegar su producto audiovisual a exhibirse de la forma tradicional, podrían encontrar ganancias utilizando formas alternativas, creando plataformas VOD, o recurriendo a festivales online con promociones de descarga y visionado. De esta manera, podrían recuperar una parte del dinero invertido.

10. CONCLUSIÓN

Producir un proyecto cinematográfico no es una labor fácil y sencilla, por el contrario, requiere de mucho esfuerzo. El proceso que encadena realizar una película es costoso y cineastas que recién comienzan o proyectos con historias poco convencionales no pueden lograr ser terminados a través del sistema tradicional. Debido a esta realidad, los nuevos realizadores han buscado nuevas formas de financiamiento y distribución que ayuden a completar todo el proceso de una película. Y el rol que juegan las plataformas digitales que existen y se nutren de la web social y red es importante. Debido a ellas, los nuevos realizadores tienen un sistema alternativo que les puede ayudar a culminar una etapa de la película.

Basándonos en el concepto de pantalla global de Lipovetsky (2008), vivimos en la cuarta fase del cine, donde este es más fácil de consumir por la audiencia sin la necesidad de ir a una sala de cine; e inclusive hacer a la audiencia participe del proceso de la película. La web social no solo ha cambiado la forma de información, participación y socialización, también ha cambiado el comercio creando un nuevo lenguaje. Estas nuevas formas de consumo y participación colectiva han permitido una nueva forma de producir gracias a que el consumidor no solo observa sino se hace partícipe del proceso en sí. Entre las herramientas y lenguaje encontramos al crowdfunding, que no solo ayuda a la etapa de realización, como se ha observado en los casos expuestos anteriormente, sino que puede ayudar a la etapa de postproducción e inclusive para la de distribución e exhibición. Cabe resaltar que una campaña de crowdfunding será exitosa dependiendo de la dedicación que el productor o director ponga, y, como hemos analizado en varios ejemplos de no ficción, para ello puede valerse de estra-

tegias de recompensa, marketing digital, redes sociales, transmedia y material audiovisual que permita no solo atraer audiencia sino crear una comunidad entorno al proyecto. Además, la red cuenta con nuevas plataformas de distribución como festivales de cine online, plataformas VOD, distribuidoras 2.0 o plataformas de vídeo *on demand*.

No se puede afirmar que el cine tradicional haya muerto, sino más bien que el proceso de realizarlo, tanto en su proceso conglomerado como en la forma de contar las historias, está transformándose. La no ficción y películas no convencionales han encontrado en plataformas que nos brinda la web social y la internet un nuevo abanico de posibilidades, y no cabe duda que van a aprovechar las nuevas estrategias y mecanismos que ofrecen. Como menciona Lipovetsky, vivimos en la era de la Pantalla global, pues el cine no ha muerto sino ha evolucionado y observamos que nuevos términos como el crowdfunding, la narrativa transmedia o las películas 360/inmersivas están presentes cada vez con mayor presencia desde el proceso creativo hasta el final de producción de un proyecto audiovisual.

11. REFERENCIAS

- Bauman, Z. (2007). *La vida de consumo*. Madrid: Fondo de cultura económica de España.
- Battsek, J. (Prod.), y Armstrong, F., (Dir.) (2009). *The age of stupid* [DVD]. EE.UU. Sapner Films.
- Blue Producciones (Prod.), y Vega, M. (Dir.) (2015). *Rodar contra todo* [Bluray]. Perú. Blue Producciones.
- Broderick, P. (septiembre 2008). *Welcome to the new world of the distribution*. *Revista indieWire*. EE.UU. Recuperado 06 Enero 2017, de <http://www.indiewire.com/2008/09/first-person-peter-broderick-welcome-to-the-new-world-of-distribution-part-1-71787/>
- Belinchón, G. (2008). *Si no tiene dinero para rodar, pídale en internet*. Madrid: El País.
- Factoría Sur (Prod.), y Calero, J. (Dir.) (2012). *Cielo oscuro* [Bluray]. Perú. Factoría Sur.
- GartnerHycycle (2016). Recuperado 20 diciembre 2016, de www.gartner.com/technology/research/methodologies/hype-cycle.jsp
- Greenwald, R., Feeley, S., Gilliam, J., Smith, D. (Prods.), y Greenwald, R. (Dir.) (2008). *Iraq for sale* [DVD]. EE.UU. Brave New Films.
- Guarango cine y video (Prod.), y Cabellos, E. (Dir.) (2009). *De ollas y Sueños* [DVD]. Perú. Guarango cine y video.
- Klayman, A. (Prods), y Klayman, A. (2012). *Ai Weiwei: Never Sorry* [DVD]. EE.UU. Avalon.
- Lipovestky, G., y Serroy, J. (2009). *La pantalla Global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Editorial Anagrama.

- Le Goff, P (Prod.), y Signeyrole, M., (Dir) (2009). *Alice au pays s´émerveille* [DVD]. Francia. YMC.
- Maquera, J., y Bruque, S. (2009). *Marketing 2.0. El nuevo Marketing en la web de las redes sociales*. Ciudad México: Editorial Alfaomega Grupo Editor.
- Mcluhan, M. y Nevitt, B. (1972). *Take Today: The Executive As Dropout*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Mc Govern, Gerry (2006). *La teoría de la Larga Cola*. Madrid: El país.
- Pajot, L., Swirsky, J. (Prod.), Pajot, L., y Swirsky, J. (Dir.) (2012). *Indie Game: The movie* [DVD]. EE.UU.
- Peñarrieta, F., Pastore, G. (Prod.), y Jordan, Y. (Dir.) (2012). *Durazno* [online, DVD]. Bolivia-Argentina. Árbol Carrousel Films.
- Pisani, F., y Dominique, P. (2008). *La Alquimia de las multitudes*. Madrid: Editorial Paidós.
- Reid, S., Swartz-Turfle, H., Hoyos, I., (Prods.), y Grieco, M., (2014). *Marmato* [Bluray]. Colombia-EE.UU. Calle films.
- Rovito, P. (2008). *Neoliberalismo y Política Cinematográfica Iberoamericana*. API-MA (Asociación de Productores Independientes de Medios Audiovisuales).
- Riot Cinema Collective (Prods.), y Alcalá, N. (Dir.) (2013). *El Cosmonauta* [Online y DVD]. Madrid: Riot Cinema Collective.
- Vassallo, A., y Sicardi, P. (Dir.) (2015). *Piedra libre* [Bluray]. Argentina. Piedra Libre.

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

Re-construcciones visuales de la memoria: la interpretación crítica del imaginario colectivo a través del webdocumental

Visual reconstructions of memory: the critical interpretation of the collective imaginary through web documentaries

3

ARTÍCULO



Roberto Arnau Roselló

Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Jaume I.

Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valencia (1997) y Doctor por la Universidad Jaume I de Castellón (2006). Ha impartido clases en el Instituto Universitario de Tecnología de la Universidad de Franche Comté (Besançon, Francia) donde ha llevado a cabo proyectos tecnológicos, tareas docentes y de investigación. Actualmente profesor de la Universitat Jaume I en los grados de Comunicación Audiovisual y Periodismo, así como en el Master Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. Director del Laboratorio de Ciencias de la comunicación (LABCOM) de 2008 a 2016, su actividad se ha desarrollado en el terreno de la investigación, en gestión, y en el ejercicio profesional en el sector audiovisual. Investigador en el grupo de investigación ITACA-UJI (Investigación en tecnologías aplicadas a la comunicación audiovisual), entre sus publicaciones se cuentan numerosos capítulos de libro y comunicaciones en congresos internacionales, así como artículos en revistas científicas.

rarnau@uji.es
scholar.google.com/citations?user=IX_Fj4sAAAAJ&hl=en

Fecha de recepción: 03 de diciembre de 2016 / Aceptación: 20 de enero de 2017

Resumen

Actualmente nos encontramos ante un ecosistema comunicativo poblado por tecnologías (y formatos) hipertextuales que modelan nuestra subjetividad y ensanchan los universos discursivos en los que se insertan los productos culturales destinados a la transmisión de una determinada iconografía memorística. Con el fin de aproximarnos al papel desempeñado por estos

artefactos visuales en la configuración del imaginario colectivo en España, nos detendremos en el estudio específico de algunas propuestas interactivas cuyo análisis revela una capacidad sin precedentes para articular un extensísimo surtido documental (video, foto, audio, texto, gráficos, links, nodos, anclas, menús, etc.) en torno a la re-construcción de alguna(s) memoria(s) perdidas. Experimentos audiovisuales

como (Julián Álvarez, 2004, (Ferrán Andrés/Cristina González/Sabrina Grajales/David Moya/Marina Thomé; UAB, 2012), o la más reciente, proponen una reflexión metalingüística sobre el rol de la propia representación colectiva en la construcción de la iconografía digital contemporánea.

PALABRAS CLAVE

Webdocumental; Iconografía; Hipertexto; Intervención social; Imaginario colectivo.

Abstract

Nowadays the communication ecosystem is full of hypertextual technologies (and formats) that shape our subjectivity and broaden the discursive universes in which cultural products are inserted to transmit specific memorable iconography. In describing the role played by these visual artifacts in shaping the collective imagination in Spain, we focus on the study of interactive proposals whose analysis reveals an unprecedented capacity to articulate a very wide range of documentaries (videos, photos, audios, texts, graphics, links, nodes, anchors, menus, etc.) around the reconstruction of lost memories. Audiovisual experiments like "Imat-

ges de un bombardeig. Barcelona bàrbarament bombardejada" (Images of a bombardment. The barbaric bombing of Barcelona) (Julián Álvarez, 2004), "Seat: las sombras del progreso" (Seat: the shadows of progress) (UAB, 2012) and, more recently, "Las Sinsombrero" (The hatless) (RTVE Lab, 2015) offer a metalinguistic reflection on the role of collective representation in the construction of contemporary digital iconography.

KEYWORDS

Webdocumental; Iconography; Hypertext; Social intervention; Collective imaginary.

1. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

Parece una evidencia que el impacto cultural generado por la evolución de los mecanismos tecnológicos y los dispositivos audiovisuales en el desarrollo de nuevas subjetividades y modos de expresión a lo largo de la primera década del siglo XXI, es un hecho de enorme alcance cognitivo. Efectivamente, esta mutación de todas las esferas de la actividad humana es un suceso especialmente trascendental en el ámbito comunicativo, donde las tecnologías emergentes han impulsado nuevos modos de expresión audiovisual que sustentan la inter-

pretación del imaginario social y renuevan la relación signifiante de los individuos, tanto con la realidad contemporánea como con los relatos ideológicos de la historia, como con su propio papel en la re-construcción de la memoria.

La actual configuración de la sociedad reticular 2.0, en la que la imagen es el vehículo esencial en torno al que se construyen las representaciones, nos sumerge en un proceso de mediación permanente con el mundo que ha transformado por completo nuestra relación con el presente, pero también con el pasado, al que sólo podemos acceder a través de otras representaciones en una especie de intertextualidad infinita. En este contexto, en el que nuestra ex-

perencia parece desdoblarse en un universo virtual conectivo donde esta omnipresencia de la imagen sirve de sustento a discursos ideológicos diversos –a veces contrapuestos– sobre la actualidad y la historia, el desarrollo de las narrativas no lineales multimedia ha generado un interesante espacio de interacción simbólica basado en el uso de herramientas digitales participativas orientadas hacia una reconstrucción visual y colectiva de la(s) memoria(s) que articulan.

Con el objetivo de analizar el papel desempeñado por estas obras en las variadas sintaxis del imaginario colectivo en España, nos detendremos en el estudio específico de algunas propuestas interactivas o transmedia cuyo análisis revela una capacidad sin precedentes para articular un extensísimo surtido documental (video, foto, audio, texto, ilustración, gráficos, aplicaciones on-line, links, nodos, anclas, menús, etc.) en torno a la re-construcción de alguna(s) memoria(s) perdidas. Concentrados en el panorama español, podemos señalar la emergencia de determinados experimentos audiovisuales como *Imatges de un bombardeig. Barcelona bàrbarament bombardejada* (Julián Álvarez, 2004), *Guernica: Pintura de guerra* (CCRTV/Haiku Media, 2007), *Seat: las sombras del progreso* (Ferrán Andrés/Cristina González/Sabrina Grajales/David Moya/Marina Thomé; UAB, 2012), o la más reciente *Las Sinsombrero (Intropia Media/ Yo la Perdono/ RTVE Lab, 2015)*, que tienen en común la proposición de una reflexión metalingüística sobre el rol de la propia representación colectiva en la construcción de la iconografía digital contemporánea.

En el presente texto vamos a tratar de aproximarnos a algunas estrategias de representación de la historia implementadas por estos nuevos artefactos audiovisuales interactivos (entre los que destacan los webdocumentales) proponiendo una mirada crítica e interpretati-

va sobre el pasado, tratando de recuperarlo a través del uso de retóricas hipertextuales cuya naturaleza se adapta de un modo más natural a los procesos memorísticos y su eminente carácter hermenéutico. Sin renunciar a las técnicas retóricas heredadas de los medios precedentes, estas nuevas narrativas visuales han propiciado también nuevos usos, ampliando así sus capacidades expresivas y significantes, generando verdaderas mutaciones en los modos de hacer, de ver, y, en consecuencia, de pensar la imagen, el presente, o la historia.

Esta singularidad se plasma en sus capacidades específicas para organizar el sentido de una narración que transcurre en múltiples medios, incluso simultáneamente, tratando de estructurar la trama no como una secuencia única de acontecimientos, sino como un argumento multiforme abierto a la participación e interpretación de los usuarios. Precisamente, a causa de la diversidad consustancial del medio Internet en el que la mayoría operan, muestran aspectos comunes en la construcción de sus enunciados como la hibridación formal, la metareferencialidad o la autoconsciencia, la fragmentación narrativa, la intertextualidad, la transmedialidad, o el uso de una amplia paleta de recursos estilísticos de corte experimental. En la articulación de estas estrategias discursivas, más cercanas a la actual configuración de la cultura y a los particulares mecanismos de la memoria, su potencial iconográfico parece cobrar un papel fundamental en la re-elaboración permanente a la que se ve sometida la memoria colectiva en la era digital, ensanchando los universos discursivos en los que se insertan los productos culturales destinados a la transmisión de una determinada iconografía memorística.

2. MARCO TEÓRICO: HIPERTEXTO Y RESTITUCIÓN DE LA MEMORIA

Para empezar hemos de despejar, en el plano teórico, algunas cuestiones conceptuales esenciales que atañen a nuestro estudio. Las imágenes son, en principio, un material problemático porque como es sabido, “significan en función de lo que se espera de ellas por el hecho de utilizarse en un contexto social determinado” (Pericot, 2002: 15). La variedad de usos y significaciones que permite una imagen en el entramado de relaciones que conforman un acto comunicativo, hace de ellas elementos plásticos altamente manipulables. De hecho, su naturaleza maleable posee una capacidad innata, en ellas “cristaliza una emoción y se condensa un relato” (Sánchez Biosca, 2010: 56). Por esta razón, las estrategias de representación estudiadas en este texto suponen la respuesta en medios distintos a un mismo contexto social definido por la proliferación de relatos lineales con pretensiones de objetividad y verdad incontrovertible.

En este espacio textual, los *media*, como maquinaria de construcción de representaciones y legitimación de realidades y discursos desempeñan un papel fundamental. Si Enzensberger se refería a la televisión como el *medio cero*, Cornago, parafraseando a Barthes, la identifica con el “grado cero de la medialidad” (271), el medio formalmente transparente, sin artificio aparente, sin mediación, en definitiva, la pura objetividad hecha canal. La televisión afirma que sus construcciones no son productos de una ficción, sino de realidades que existen o han existido en alguna parte, “el mundo referencial ahora se pretende inmediato y no referido, y el sujeto receptor queda disperso entre millones de espectadores a pesar de su aparente individualidad y protagonismo” (Cornago,

2005: 276). El discurso televisivo crea la ilusión de un *continuum*, de un presente constante, sin interrupciones ni horarios, en permanente funcionamiento, sin pasado, ni contexto, ni narración, “potenciando un efecto de realidad *presentada* antes que *representada*” (Cornago, 2005: 277), es decir, un borrado (en absoluto inocente) de la enunciación y un preocupante dirigismo de la interpretación. Éste será nuestro espacio específico de trabajo, el abismo entre lo que ellas contienen y las emociones que despierta su visión (Biosca, 2010: 209), entre lo que documentan y lo que las hace eficaces como vehículo diegético.

Los medios de comunicación de masas, pues, ocupan un lugar central en la re-construcción que las sociedades hacen de su propio pasado, incluso llegando a desplazar en la actualidad a otras representaciones como las tradicionalmente transmitidas a través de la escuela, la familia o el grupo social. El webdocumental, específicamente, participa activamente en las disputas por el sentido del pasado, propias de todo proceso de construcción de la memoria colectiva. Por ello trataremos de identificar, si quiera tangencialmente, las relaciones de un conjunto de productos audiovisuales interactivos con los distintos modos en que nuestras sociedades conservan, evocan, rememoran e interpretan su pasado.

La construcción de la memoria “implica procesos de selección, ordenamiento y jerarquización de recuerdos, documentos o textos, junto con la utilización de dispositivos técnicos (...) que potencien la capacidades mnemónicas de los individuos” (Aprea, 2012: 31). Por tanto, comprender las lógicas que sostienen esos procesos de selección es necesario para profundizar en el conocimiento de los procesos de transmisión y construcción de los hechos históricos desde el presente, prestando atención a los objetos audiovisuales que apuntalan dichas operaciones.

En este sentido, el espacio tradicional del documental se ha visto desbordado por un sinfín de hibridaciones multimediales, de modalidades discursivas, formatos, ventanas de exhibición y nuevos modos de consumo de la imagen, que han revitalizado su posición como agente significativo y re-constructor de la realidad. La aparición de formas híbridas y el desarrollo de las nuevas tecnologías han propiciado el debate sobre la relación entre imagen y realidad, causa por la que “algunos teóricos se han visto en la obligación de intentar (re)definir los recientes productos audiovisuales bajo un nuevo prisma” (Fernández, Alonso, 2013: 7). Parece claro que actualmente los medios interactivos han resituado la experiencia documental del cine de lo real fuera del contexto tradicional de creación-recepción cinematográfica, ya que desplazan a otro terreno cuestiones tan trascendentales como el uso de las herramientas de producción y distribución, el control de la narración por parte del autor, o el papel generativo del nuevo espectador-interactor. Por ello, tal como expresa Català, hablaremos en adelante de *cine de lo real*, concepto más abierto que nos permite abarcar un mayor número de obras que implementan una “estrategia enunciativa de carácter documental, apartándose de concepciones arcaicas del género, del corsé que impone el término documental en sí mismo y proponiendo nuevos modelos de significación y estructuración discursiva” (45).

Este nuevo *cine de lo real* se manifiesta a través de aplicaciones interactivas realizadas con la “intención de representar la realidad, documentarla e interactuar con esa representación a través del esquema hipertextual de navegación e interacción” (Gifreu-Castells, 2010: 238). Su estructura, pues, responde básicamente a un esqueleto hipertextual compuesto por nodos (unidades semánticas que vehiculan un contenido o un concepto), vínculos (elementos que conectan los nodos entre ellos permitien-

do la navegación del usuario de uno a otro) y anclas (pequeña parte del nodo a la que se conecta el vínculo), a través del que se manipulan los distintos medios (audio, video, foto, dibujo, etc.). Este marco funciona como una red de piezas interconectadas de información textual en la que la mayor carga de significado recae en la elección del modo de vincular los elementos de la información (Ribas, 2001: 36). De este modo, frente a la estrategia de los *media* tradicionales, la estructura del hipertexto rompe con la linealidad y adopta diversas formas en función de la elección, la potenciación del papel del lector, la intervención, la inclusión de hipermedia, “su propia complejidad estructural y los grados de variación de la trama, lo que supone un planteamiento situado en las antípodas de la teoría literaria aristotélica” (Landow, 2005: 271). Por otra parte, este esquema nodal y bifurcado del discurso narrativo permite alterar el orden discursivo, modificarlo hasta tal punto que pueda adoptar una forma contrapuesta a la que inicialmente había plasmado el autor en un guión. Puede invertir la lectura o simplemente interrumpirla, por lo que se produce “una pérdida del control del autor sobre el flujo y el significado de su obra que transforma en cierto modo la autoría en compartida” (Gifreu-Castells, 2010: 244) o descentralizada, convirtiendo lo que antes eran dos polos (autor-lector) en un eje autorial que se construye a sí mismo. Este cambio en estatus del espectador supone el tránsito de un espectador pasivo a un interactor activo que gana en presencia, identificación y nivel de intervención en el marco de la obra.

Además, como afirma Gaudenzi estas aplicaciones online, como mecanismos abiertos y generativos que se relacionan con su entorno a través de los modos de interacción y navegación, “exigen una participación por parte del espectador-usuario que excede el acto hermenéutico con el fin de identificar distintas lógi-

cas de documentación de la realidad y nuevos modelos de subjetividad posibles" (1). De ahí precisamente surgen las enormes diferencias con el documental clásico, que establece un vínculo con la realidad basado en la apariencia de lo real (la imagen) sin reparar en que desde esa perspectiva, su opinión sobre lo real se encuentra encerrada en la ontología que esa misma realidad propone como única posible.

Esta vanguardia del nuevo cine de lo real, "privilegia la crítica epistemológica de la realidad y su representación desplazando a un segundo término la voluntad mimética o testimonial" (Català, 2011: 46). Así, como última articulación de la forma documental, el webdoc es el resultado de la acumulación de varias capas heredadas de los medios anteriores, pero no una "reducción" de esos mismos medios. Sus manifestaciones se sustentan sobre los pilares de la dialéctica permanente entre movimiento (cine) e inmovilidad (foto), que se convierte de ese modo en forma retórica y dispositivo hermenéutico. Dada su inherente multimedialidad, el uso de soportes gráficos como la ilustración o el dibujo que no tienen un vínculo fotográfico con lo real hace que el carácter ficticio de tales representaciones parezca aumentar, pero la huella dejada por la realidad sobre un soporte determinado ya no es la base de este "documentalismo expandido", que persigue el objetivo de moldear imaginativamente algo que fue concebido como real en algún momento (Català, 2011: 48).

3. RESULTADOS: LA GÉNESIS DE UNA FORMA QUE RECUERDA

Para identificar las lógicas que hemos señalado en los apartados anteriores y detectar los elementos que emplean estos productos

interactivos en su particular construcción de la memoria, hemos optado por implementar el análisis textual de algunos enunciados que nos permitirán hacer aflorar sus estrategias de representación de un modo explícito. Para establecer una gradación de los distintos tipos y formatos de aplicaciones que analizamos, hemos creído conveniente acometerlos en un orden que responde a una doble necesidad: por un lado, es un eje temporal que facilita la comprensión de la evolución del formato webdoc y permite ubicar la trascendencia visual de sus respectivas transformaciones; por otro, un eje que tiene en cuenta el volumen de elementos implicados en la narración hipertextual, de menor (menos elementos y, por extensión, menos conexiones entre ellos) a mayor (más elementos y más vectores de conexión). En base a estas distinciones, realizaremos un recorrido en cuatro movimientos que muestran la evolución de las potencialidades narrativas del formato y su consideración como "prótesis" de la memoria (Aprea, 2012: 21).

Una de las muestras que forma parte de nuestro análisis es una aplicación interactiva cuyas herramientas significantes se diseñan con el objeto de contribuir a la recuperación de la memoria y a la reivindicación de la reflexión sobre un episodio histórico de la Guerra Civil española: los bombardeos sobre la ciudad de Barcelona durante la contienda. *Imatges de un bombardeig. Barcelona bàrbarament bombardejada*, (Julián Álvarez, 2004)¹, como síntesis actualizada (con programación Flash) del cortometraje en 35mm. realizado en 1984 con el mismo título, supone la actualización interactiva del testimonial videográfico *Ataque a la retina* (con testimonios de Teresa Pàmies, Hilari Rague, Josep Benet, y Jaume Miravittles), y otros

1. <http://www.juliansite.com/bombardeo/index.htm>

elementos gráficos de posterior incorporación que conjugan un enunciado visual original, fundado en su capacidad de convocar la mirada del espectador y desencadenar su reflexión a partir de ciertos elementos formales. El proyecto, a partir de la constatación de unos hechos históricos dramáticos para la población de la ciudad, trata de formular una propuesta cimentada en aportación de datos e imágenes fotográficas cuya combinación con las definiciones de la RAE de los vocablos bombardeo, bombardear y bomba, y los gráficos animados, construye un universo digital interactivo absolutamente inmersivo.

La secuencia de presentación, la única que no es navegable, arranca con el sonido de los aviones y las sirenas de los refugios antiaéreos, mientras las imágenes animadas muestran proyectiles cayendo sobre un mapa de España que acabará por desintegrarse, toda una declaración de principios del autor. Sólo esta pequeña secuencia podría condensar la esencia visual de la Guerra en su conjunto. Tras este “mazazo” significativo, el interactivo ya tiene capacidad de navegación, es decir, después de asumir la inevitable destrucción producida por la guerra, puede tratar de pensar sobre ella.



Figura 1. Imagen del proyecto *Imatges de un bombardeig. Barcelona bàrbarament bombardejada*

La interface inicial muestra una fotografía de un edificio en ruinas a causa de un bombardeo durante la guerra frente al que se sitúan un grupo de personas. Sobre ellas, a su vez, se sobrepresionan determinado elemento gráfico (unas cruces) que permiten realizar la selección del contenido a través de la navegación individual del espectador. Cada vez que el ratón pasa por encima de las cruces, una voz *over* femenina narra un fragmento de la definición del término “bomba” que ofrece el diccionario de la lengua española. El señalamiento del lenguaje como transmisor de ideología, es una de las bases de la obra, la propia re-elaboración experimental del sentido de esas palabras a través de la conjugación de audio y video, remite a la capacidad de decodificación del espectador, en definitiva a su libertad de acción e interpretación. La interacción, subrayando este aspecto, se condensa en la elección del episodio con que el espectador quiere iniciar el relato, de modo que, como veíamos en el marco teórico, se produce una alteración del orden tradicional del discurso audiovisual, invirtiendo los términos de la ecuación autor-lector, de cara a proponer un sentido, más que a imponerlo. Esa primera elección, nos lleva a la pestaña *Apuntes históricos*, en la que podemos consultar textos escritos expresamente por el Dr. Joan Villaroya i Font, Catedrático de Historia contemporánea de la Universidad de Barcelona, que tratan sobre diversos aspectos de los ataques con bombas que se produjeron indiscriminadamente sobre la ciudad de Barcelona. Aquí la imagen no es importante, tan sólo se ofrece material escrito con rigor científico al espectador para que sea capaz de contextualizar estos bombardeos en el contexto más amplio de la guerra y pueda analizarlos críticamente en la dialéctica que esos documentos establecen con el resto de elementos de la aplicación.

La serie discontinua de capítulos contiene, en el resto de casos, imágenes de todo tipo encuadradas bajo los títulos: Manifestaciones de protesta, Postales/Movies, Imágenes de un bombardeo, Testimonios, Bomba del latín bombus, ¿Qué has hecho por la victoria?, Carteles republicanos y Barcelona Skyline, cada una de las cuales presenta una experiencia interactiva sencilla que relaciona los muy diversos elementos gráficos en función del orden escogido o de los objetos navegables desbloqueados. De este modo, las posibilidades de la navegación se muestran infinitas, con itinerarios específicos definidos por el usuario en cada interacción y algunas secciones previstas para la participación de ciudadanos anónimos a través de la aportación de sus propios materiales, testimonios, etc.

Como aplicativo es muy elemental, a pesar de su fuerza visual, lo que demuestra que el formato está aún por desarrollar, tal como veremos al analizar otros productos posteriores. Tal como decíamos, su estructura descansa en de la exposición de ciertos datos históricos, de documentos fotográficos sobre los bombardeos sobre Barcelona en 1938, y de la definición de los términos bombardeo, bombardear y bomba de la "Real Academia Española". Con estos documentos diversos (texto, foto, audio y gráficos) se construye una obra interactiva con elementos expresivos que anuncian las actuales posibilidades narrativas del webdoc, al tiempo que se concentra la atención sobre el uso ideológico del lenguaje visual y su papel en la construcción de la memoria. Aunque sus niveles de interacción no son excesivamente fuertes, y la navegación está limitada respecto a las posibilidades actuales de un interactivo en línea, este experimento despliega un talento creativo a partir de unas dinámicas de navegación/interacción particulares que consiguen atrapar al espectador-usuario en la aplicación,

proveyéndole de materiales diversos para la reflexión, como una auténtica extensión virtual de la memoria.

Es otro proyecto, sin embargo, como *Guernica: Pintura de guerra*, (CCRTV/Haiku Media, 2007)² el que demuestra que el formato, poco a poco y localizadamente, va desplegando su potencial narrativo al ritmo del avance de las herramientas para su programación y de su creciente rol como soporte digital de la memoria colectiva. En este caso, el apoyo de una televisión pública como TV3 supone un impulso definitivo al proyecto que se produce en un entorno profesional, con la colaboración de un equipo multidisciplinar de profesionales de diversos campos (diseño gráfico, periodismo, realización, programación flash, etc.). La historia, galardonada en el prestigioso *Horizon Interactive Awards* y organizada en torno a la metáfora sobre el horror producido por el hombre que representa la obra, cuenta con tres recorridos interactivos principales: la historia del cuadro, un símbolo contra la guerra y los protagonistas.



Figura 2. Interfaz del proyecto *Guernica. Pintura de guerra*

2. <http://www.tv3.cat/30minuts/guernica/home/home.htm>

El primero de ellos, bajo la rúbrica *La historia del cuadro*, ofrece un entorno plenamente interactivo con una línea temporal navegable en la que aparecen los hitos principales del cuadro, de su historia, de sus viajes y también de la propia aplicación, a través de ella el espectador construye su propio itinerario, moldea la experiencia y se sitúa en el centro de control de la aplicación, lo que le permite, en función de la profundidad de su interacción, descubrir más aristas de la historia o episodios concretos como el nombramiento en 1936 de Picasso como Director del museo del Prado. Todo este aplicativo subsidiario funciona como una base de datos ampliable que sustenta empíricamente una narración que funciona con sus propios mecanismos y elementos significantes, dejando en manos del usuario la interpretación de los diferentes documentos (visuales y/o textuales).

Por otro lado, el titulado *Un símbolo contra la guerra*, presenta una herramienta de ampliación digital para poder examinar los detalles de una obra de 27 metros cuadrados de superficie que, paradójicamente, suele contemplarse a la distancia suficiente como para apreciarla en su conjunto. Esta contradictoria posibilidad indica las potenciales ampliaciones de la mirada y la experiencia que integran estas herramientas hipertextuales, capaces de expandir las limitaciones impuestas por la presencia física del usuario ante el cuadro real, otorgándole la posibilidad de proyectar una mirada omnisciente, hermenéutica, crítica. El valor simbólico de la pintura como reflejo de la España de los venidos, cuya memoria se ha silenciado durante décadas y todavía hoy sigue sin reparar, se ve reforzada por las potenciales interacciones narrativas entre las distintas pautas interpretativas que subyacen en las opciones del texto.

A través de estos recorridos y de las opciones del usuario para ampliar mediante otros documentos la información que se le ofrece, se

llega a la aplicación interactiva denominada la experiencia Shafrazi. Esta mini aplicación permite a los internautas reinterpretar el Guernica y aportar su visión artística, a través de unas herramientas de edición el usuario puede su-
poner sus dibujos en el software. A su vez, una ventana-galería permite ver las diferentes interpretaciones de la obra llevadas a cabo por el resto de usuarios y promover una comunidad creativa que fomente la memoria del cuadro y de las condiciones de su contexto de producción. Una vez más, la yuxtaposición de elementos diversos en un enunciado complejo acerca su "lectura" al acto de recordar, la fragmentación, el collage o la no-linealidad parecen ser estrategias narrativas más próximas a los mecanismos de la memoria, por naturaleza selectivos, zigzagueantes, imprecisos.

4. DISCUSIÓN: LA MADUREZ DEL FORMATO Y LA EVOLUCIÓN TRANSMEDIA

Una de las obras más destacadas de este ámbito de confluencia entre webdocumental y memoria es, sin duda, *Seat: las sombras del progreso* (Ferrán Andrés/Cristina González/Sabrina Grajales/David Moya/Marina Thomé; UAB, 2012). Su representatividad viene avalada por diferentes cuestiones: por un lado, es una de las primeras experiencias webdocumentales que fija su atención en la reconstrucción de la memoria de las luchas obreras antifranquistas; por otro lado, es resultado de una apuesta por dotar de una forma narrativa abierta a un contenido político explícito, basado en la reivindicación de lo que podría considerarse la génesis del sindicalismo en España, unas luchas olvidadas y de algún modo, silenciadas.

Se trata de una producción que se propone

sumergir al usuario en las luchas obreras anti-franquistas que se llevaron a cabo en condiciones de trabajo marciales en la fábrica de SEAT en Barcelona durante la dictadura. Para lograr transmitir el ambiente represivo de la época y la fábrica, la aplicación lleva el juego de la inmersión un paso más adelante, convirtiendo al usuario en el agente generador/protagonista de la historia con un abanico de recursos tecnológico-retóricos, una fotografía y un trabajo de diseño del interface coherente con la articulación discursiva del film. Su objetivo principal es llevar la interactividad del proyecto mucho más lejos, ofreciendo no simplemente una serie de elementos navegables, sino unas pautas de interacción que sirvieran para colocar al usuario en un punto de vista de partida determinado que condicionara todo el relato y su posterior interpretación. Así, el equipo de producción se organizaría entorno a una idea básica de diseño del sitio (en colaboración con el estudio Estampa³) y un tratamiento fílmico específico de los realizadores, que funcionara como vehículo de un retrato ideológico del pasado sindical reciente. Los contrastes generados por el uso del sonido ambiente, el dibujo dominante y los contrastes del interface contribuyen a reforzar dicho punto de vista. Tanto es así, que el espectador puede sentir la pesadez del ambiente opresivo de la fábrica desde el inicio mismo de la narración.

El interface principal está organizado en torno al uso del dibujo como motivo gráfico de la navegación, en contraste con los contenidos videográficos o fotográficos que constituyen el cuerpo central del relato. Esta dualidad, quizás usada para hacer referencia al pasado y presente de una lucha (a su memoria y su actualidad), constituye el elemento organizador esencial de la narración, de modo que se establece el dibujo para navegar por las diferentes opciones de la historia y el video para

el contenido mismo de las piezas visuales. La navegación que se prescribe como principal en *SEAT: Las sombras del progreso* tiene una cierta tendencia lineal derivada probablemente de su concepción original. Por ello, la construcción hipertextual del itinerario narrativo descansa, paradójicamente, sobre una estructura uniforme que permite retomar la narración documental en cualquier momento en el punto en el que se dejó antes de ejecutar los elementos interactivos. Esta aparente linealidad del tronco narrativo principal, estructurada en capítulos que corresponden a cada personaje, contrasta con las líneas de fuga que ofrece el trayecto a partir de enlaces y anclas en las escenas.

De hecho, la estructura interactiva descansa sobre los aspectos temáticamente más relevantes de la historia, de manera que el interface de inicio, tras presentar una introducción a través de una pieza de video, permite iniciar el trayecto a través de la navegación por las fases de una cadena prototípica de montaje de automóviles. Esto procura al usuario la posibilidad de priorizar su experiencia y empezar interactuando tanto en el espacio de las condiciones de trabajo, como en el de las luchas obreras, en el de la represión y el control, en el de la familia Seat o en el de la última pieza, a los que se asigna un color particular en el fondo gris del dibujo. A partir de este núcleo de navegación el usuario puede acceder a diversas partes de la historia o a contenidos extra que no aparecen en el documental a pesar de la relación directa que establecen con la trama del film. De ese modo, la aplicación nos ofrece material gráfico y visual complementario que se asienta sobre la narración como elemento de anclaje y establece vínculos semánticos con los demás componentes icónicos del relato.

3. <http://www.tallerestampa.com/>

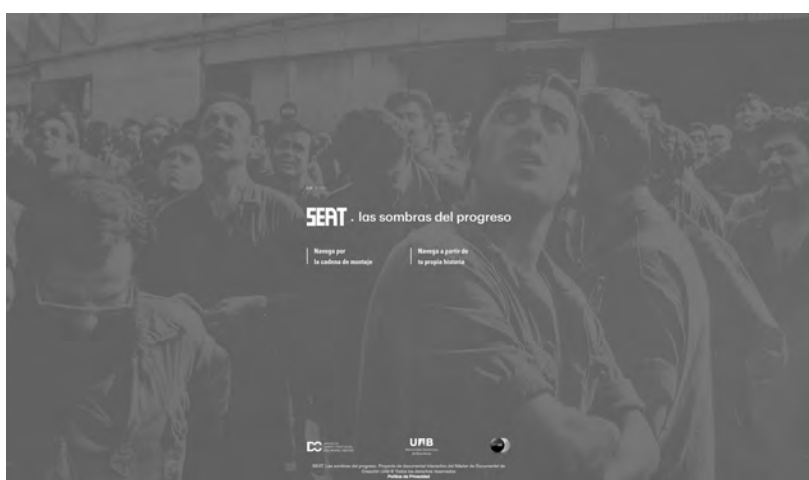


Figura 3. Portada del proyecto *SEAT: Las sombras del progreso*

Cabe señalar que los vectores de unión de los nodos con los vínculos indican una voluntad de apertura por parte del programador, que deja al usuario la elección del trayecto a recorrer, sin embargo, no podremos acceder a la totalidad de los contenidos desde todos los lugares de la aplicación. La integración del contenido narrativo y la navegación se manifiesta a través de la existencia, mas o menos presente, del eje autoral (autor/lector) y del grado de control que él mismo se adjudica. En este sentido, *SEAT: Las sombras del progreso* presenta los tres tipos de interacción descritos por Berenguer (2004), según la trascendencia de las decisiones a tomar. La interacción débil (reactiva) es la menos frecuente y se concreta por ejemplo en la selección del idioma en la página de acogida y en el acceso a determinados lugares de la aplicación que no ofrecen salida ni elementos navegables. La interacción media (interactivo-configurativa) está presente en buena parte del film, y se manifiesta permanentemente en forma de opción interactiva al final de algunas secuencias, lo que permite o bien ampliar la experiencia con distintos objetos: foros, videos, fotografías, gráficos, etc., o bien continuar el camino, avanzando a la siguiente secuencia del documental. Es este tipo de interacción preci-

samente la que organiza el relato en su conjunto, pues las pestañas navegables del interface (Cadena de montaje, Mi historia y Personajes) también responden a su modelo. Por su parte, la presencia de interacción fuerte (generativa) aporta al webdoc un carácter distintivo. Esta se manifiesta en los momentos de mayor condensación narrativa, en los que la acción generativa del usuario adquiere pleno sentido. Así ocurre en el *interface cinematográfico* representado por la ilustración panorámica móvil de la cadena de montaje y sus diferentes fases, que permite el acceso al corpus del webdoc. A pesar de las múltiples variables exploratorias que permite el sitio web su esquema estructural es bastante escueto, revestido de un cierto minimalismo formal parte de la estrategia discursiva a través de la que se trata de incitar al internauta a explorar las diferentes vías posibles de profundización, complemento o análisis.

Cabe, para finalizar, señalar el último proyecto que trataremos brevemente. Producido por TVE, el documental transmedia *Las Sinsombrero (Intropia Media/ Yo la Perdono/ RTVE Lab, 2015)*, utiliza diferentes formatos y plataformas con el objetivo de recuperar, divulgar y perpetuar el legado de las mujeres olvidadas por la historia, partiendo de las artistas de la Generación del 27. Como narración transmedia se articula en torno a cuatro ejes fundamentales que pueden convivir al mismo tiempo (aunque en distinto grado) en un mismo enunciado. En primer lugar, el producto se concibe para ser concretado en varios medios, que aportarán, a su vez, sus potencialidades expresivas específicas al espacio textual en cuestión. En segundo lugar, se trata de una producción integrada en la que se combinan complementariamente los diferentes soportes del relato. En tercer lugar, su consumo se realiza desde un número considerable de dispositivos digitales diversos como ordenadores, teléfonos móviles, tablets,

televisores, etc. Por último, el uso de distintos medios responde a la necesidad discursiva de servir de soporte a las exigencias narrativas de un universo en construcción que depende del tipo de proyecto y formato en que se desarrolle (Scolari, 2013: 57).

Esencialmente, el transmedia, tal como sostiene Jenkins (2003), hace referencia a aquellos objetos textuales que se sitúan más allá del relato fundacional (el origen del discurso) y complementan el sentido del discurso en un espacio (hiper)textual extendido. Este espacio, que Genette denominó *paratexto*, integra una enorme diversidad de prácticas diegéticas (visuales y no visuales) que suponen ampliaciones potenciales del universo narrativo de una obra, de tal modo que refuerzan y extienden la narración, la completan, la estructuran y perfilan su sentido. De tal modo, la idea de transmedia remite a la capacidad de aumentar el espectro discursivo de la obra fílmica para abarcar nuevos horizontes y formatos en historias que podían ser consumidas en soportes muy diversos. En la era de internet, el carácter paratextual de buena parte de las narraciones digitales es consustancial al contexto tecnológico en el que nos movemos.

En el caso concreto de *Las Sinsombrero*, desde su concepción y las primeras fases de la pre-producción, se trabaja sobre el film como un posible proyecto multiformato que se despliegue en diversos soportes y adopte un carácter polimórfico. La estrategia se concreta en un documental tradicional para su exhibición en salas y centros educativos, un webdocumental, un wikiproyecto en línea, un libro, una exposición itinerante, un proyecto educativo y un apartado de Social Media, en un despliegue sin precedentes de universos narrativos paralelos, simultáneos, complementarios, girando en torno a un mismo eje temático. Además, la función metareferencial del relato, expresa por cuanto se inicia con una clase en la que se reflexiona, precisamente sobre la escritura de la historia y los modos a través de los que es transmitida la memoria de nuestro pasado, implica la propuesta de una reflexión sobre el eje central entorno al que gira todo el proyecto en su conjunto: el olvido y la memoria.

Cada pieza ocupa su lugar en el puzzle aportando con sus herramientas específicas de significación un valor añadido a cada una de las manifestaciones de la obra. Como punto de partida, un documental, como punto de encuentro de la estrategia Transmedia, una página web. Si la intención del documental era tratar de que el espectador se identificara con las mujeres a través del mecanismo fílmico de la observación, de la nula intervención del autor, con el webdoc la retórica que facilita la identificación espectral es llevada a extremos donde el cine no puede llegar. De este modo, el minimalismo inicial del proyecto queda desbordado y las distintas facetas del diseño del producto se desarrollan incluso más que el film original. Como en muchos otros casos, la extensión transmediática de la narración no nace de una planificación rigurosa de la comercialización del producto (lo que Scolari denomina



Figura 4. Portada del webdoc del proyecto *Las Sinsombrero*

transmedia estratégico) sino que se presenta como una expansión narrativa propiciada por las condiciones favorables del contexto mediático (transmedia táctico). Así, este abanico de artefactos audiovisuales se desarrolla presentando sucesivamente herramientas muy diversas para organizar el sentido de la obra, promoviendo la identificación y la participación del usuario que puede extender el universo narrativo hasta límites insospechados, dependiendo de la experiencia que decida emprender y la profundidad con que lo haga.

5. CONCLUSIONES

Como hemos analizado aquí, el universo diegético lanzado inicialmente desde el cine se ha concretado y ampliado con el hipertexto y se ha llevado hasta el extremo de la identificación espectral a través de diferentes mecanismos narrativos. Cada uno de los enunciados narrativo-visuales en los que han cristalizado estas obras, en forma de memorias visuales críticas, ha construido un acercamiento diferente al objeto, distinguible pero complementario a los demás. En un aparente desorden, cada lenguaje específico ha operado en un lugar de ese espacio textual donde no se solapa con el resto de medios, ha contribuido como sólo su especificidad le permite y ha ensanchado los límites de una narración que, por la naturaleza de su soporte inicial, resultaba estrecha. De ese modo, ancla su versión de la historia a unas formas expresivas innovadoras al tiempo que reflexiona sobre un pasado que todavía influye en el presente.

Si el documental cinematográfico ha dado sentido al drama de la guerra, ha sido de una manera lógica, basada en argumentos (aunque sean visuales, también existe –como no– una retórica de la imagen) que apelan a la verdad;

por el contrario, la extensión transmediática del documental ha dado forma a este drama a través de un relato, que no apela a la verdad, en sentido estricto, sino a la verosimilitud, a la interpretación y la participación. Resulta una obviedad señalar que la imagen (y la narración visual) desempeña un papel esencial en la transmisión de estas narrativas en torno a la guerra, el olvido y la memoria, su función como soporte capaz de articular entorno a ella los más diversos materiales documentales (fotografías, documentos escritos, entrevistas, ficciones, etc.) la convierte en el vehículo idóneo para la recuperación de la memoria, en esta sociedad crecientemente amnésica.

A través de todos estos elementos visuales, los enunciados que hemos analizado en este trabajo, que apelan permanentemente a un pasado olvidado, se construye la memoria hipertextual desde el presente, a través de la narración polifónica de cientos de elementos combinados por una herramienta de naturaleza hermenéutica, dialéctica, que interroga al usuario y requiere de él un rol activo en la re-construcción del pasado. Una memoria construida entre la tupida red de representaciones y el análisis crítico de las mismas.

NOTA

*El presente estudio ha sido financiado con la ayuda del Proyecto de Investigación de la convocatoria Universitat Jaume I-Bancaja, con el título “La crisis de lo real: la representación documental e informativa en el entorno de la crisis financiera global”, código 111301.01/1, para el periodo 2014-17, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aprea, G. (2012). Documental. Historia y memoria. *Filmar la memoria. Los documentales audiovisuales y la re-construcción del pasado*, 16-75. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Berenguer, X. (2004). Una década d'interactius. *Temes de Disseny* 21, 30-35. Consultado desde <http://www.raco.cat/index.php/Temes/article/view/29826/29660>
- Català, J. M. (2011). Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental. *Adcomunica Revista de estrategias de Comunicación* 2, 43-62. Consultado desde http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/29171/Reflujos_Catala.pdf?sequence=1
- Cornago, O. (2005). *Resistir en la era de los medios*. Madrid: Iberoamericana Vervuert.
- Fernández Guerra, V., y Alonso Ruiz, E. (2013). Desterritorialización, modulación y puntos de inflexión en el documental contemporáneo español. *La sociedad ruido: entre el dato y el grito*. La Laguna: SLCS. Consultado desde http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/094_Fernandez.pdf
- Gaudenzi, S. (2009). *Digital interactive documentary: from representing reality to cocreating reality* [Trabajo de investigación]. London: University of London, Center for Cultural Studies.
- Genette, G. (1997). *Paratext: Threshold of interpretation*. Londres: Cambridge University Press.
- Gifreu-Castells, A. (2010). *El documental multimedia interactiu. Una proposta de model d'anàlisi* [Trabajo de investigación]. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Consultado desde https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11346/TFM_Gifreu.pdf?sequence=1

- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *MIT Technology Review*. Consultado desde <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Landow, G. (2005). *Hipertexto 3.0: teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Pericot, J. (2002). *Mostrar para decir: la imagen en contexto*. Bellaterra: UAB.
- Ribas, J.I. (2001). *Caracterització dels interactius multimedia de difusió cultural. Aproximació a un tractament específic, els "assaigs Interactius"*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, Facultat de Comunicació.
- Sánchez Biosca, V. (2010). *Imágenes del exilio e iconografía de la retirada. La cultura exiliada*. Castellón: Universitat Jaume I.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, Deusto ediciones.

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

El documental social participativo: el protagonista como sujeto de la historia

Participative social documentaries: the protagonist as the subject of the story

4

ARTÍCULO



Jacobo Sucari

Facultad de Bellas Artes. Departamento de Artes visuales y Diseño. Universidad de Barcelona.

Profesor de Procesos documentales y vídeo en el Departamento de Artes visuales y Diseño, de la Facultad de Bellas Artes, Universidad de Barcelona. Doctor en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona. Su docencia e investigación están relacionadas con el estudio y la práctica de procesos documentales audiovisuales y el documental expandido de carácter expositivo.

jacobosucari@ub.edu
orcid.org/0000-0001-8067-3122

Fecha de recepción: 03 de diciembre de 2016 / Aceptación: 15 de enero de 2017

Resumen

Las metodologías participativas en el audiovisual basadas en las experiencias del documental social participativo (DSP) y la configuración de grupos de trabajo a partir de la Investigación y Acción Participativa (IAP) proponen una nueva epistemología constructiva donde se genera una traslación del protagonista como objeto de estudio a su plasmación como sujeto implicado en el relato de su historia y de su acontecer histórico comunitario.

El protagonista, re-configurado entonces como sujeto de la enunciación a partir de metodo-

logías participativas, potencia el desarrollo de experiencias documentales que configuran un nuevo corpus teórico-práctico. Nuevos vínculos entre distintos *sujetos del saber* donde se generan dinámicas de creación que configuran originales modelos de educación y de trasvase de conocimiento.

PALABRAS CLAVE

Comunicación audiovisual, comunidades de aprendizaje, documental participativo, investigación-acción, tecnología y educación, universidad y sociedad.

Abstract

Audiovisual participative methodologies based on participative social documentaries and group work in participative action research (PAR) represent a new constructive epistemology in which the protagonist moves from being the documentary's object of study to becoming an active agent in telling their story and how the story happens in community. The protagonist, reconfigured as the subject of the enunciation through participative methodologies, makes it possible to create expe-

riences of documentary film-making that constitute a new theoretical and practical corpus, establishing new links between various knowledge users, developing creative methods which can contribute to our ideas of what constitutes education and knowledge transfer.

KEYWORDS

Audiovisual communication, learning communities, participative documentary, action research, technology and education, university & society.

1. INTRODUCCIÓN

La posesión y control de los dispositivos técnicos establece desde siempre una relación de poder entre quienes los manejan y controlan, y entre aquellos que los consumen.

En este sentido, el poder se perfila como un *saber hacer*, con capacidad de controlar y manejar el conjunto de los elementos técnicos que se desprende de un dispositivo, en nuestro caso el del cine o la práctica audiovisual, que otorga unas potencialidades de control sobre el conjunto de lo social.

Conocimiento y poder son un binomio que actúa en lo social y económico, y que en la expansión de la cultura occidental por el mundo sostuvo el impulso colonial del siglo XVIII. Un cambio de perspectiva en estas relaciones de poder y de generación de conocimiento equivale a adoptar nuevas maneras en las condiciones de producción y relaciones sociales que han sido impuestas de manera vertical, tanto en el ámbito de la investigación y el desarrollo (I+D), en la empresa privada y pública, como también en la academia.

En la dimensión de conocimiento audiovisual que nos compete, en relación al saber en tanto

que una forma de poder, surge enfrentado a una industria del entretenimiento, un cine social que intentó hacerse un lugar en la expresión de nuevas formas políticas. Estas entendían que la movilización y la formación popular sería determinante para la conformación de nuevos saberes y por lo tanto del desarrollo de nuevas relaciones de poder.

Es a partir del trabajo de Grierson y los fotógrafos que lo acompañan en la gestión de la Unidad de Films en Inglaterra durante los años de entreguerras en Europa, cuando desde el cine documental se asume una forma de plasmar en imágenes las condiciones de trabajo, los medios y modos de la producción industrial, y el lenguaje de un nuevo proletariado proveniente de una cultura campesina en fase de desintegración en su exilio interno a las grandes ciudades.

Este trabajo de visibilización del proletariado mediante el documental fílmico, con la consigna de dar la palabra a sectores de la población que surgen en el nuevo capitalismo urbano, marginados de un espacio social y de un imaginario propio, creó una tradición en el cine documental que aportó una mirada original sobre amplias capas de la población desplazada, inmigrada, desestructurada, que vivían un

traumático proceso de pérdida de sus señas de identidad.

A pesar de dar la palabra y de otorgar voz y representación a estos sectores marginados, a pesar de dar voz e imagen a lejanos pueblos sometidos por la codicia colonial, el poder de enunciación y el conocimiento sobre la técnica del dispositivo audiovisual continuó en manos de una élite tecno-ideológica.

El trabajo de investigación que desarrolla el presente texto sobre una genealogía de los referentes que podemos encontrar en el surgimiento de una disposición a compartir el saber y el poder por parte nuevos realizadores audiovisuales, pretende trazar una línea de reflexión sobre las huellas y necesidades que han generado el desarrollo y evolución de la Investigación y Acción Participativa (IAP) como forma metodológica y teórico- práctica en el trabajo audiovisual. El documental social participativo implica el desarrollo de una práctica audiovisual de nuevos recursos de enunciación.

En este sentido nos hemos propuesto en este artículo trazar huellas de conexión entre ciencia y comunicación, técnica y política, entre antropología y arte, conexiones estas que muchas veces se tejen como oposiciones de intereses y metodologías, pero que pueden configurar desde una óptica conjunta un nuevo estadio del saber, de un saber compartido, de un saber que es poder en su impulso creativo, de un saber democrático horizontal, un saber abierto a la crítica y a la transformación de su propio corpus.

2. PERSPECTIVA METODOLÓGICA

Sin lugar a dudas, es desde la antropología visual donde mayores esfuerzos se han realizado en los últimos años para esbozar unas ca-

tegorías científicas que sitúen los logros teórico-prácticos de las metodologías participativas que van extendiendo su corpus y su trabajo de campo en el audiovisual a partir de las nuevas propuestas de realizadores-investigadores.

Sin embargo podemos distinguir históricamente también las distintas aportaciones de la fotografía y el cine social, del documental político, del vídeo independiente y de diversas tendencias en la práctica artística que han apuntalado la construcción de un nuevo imaginario, que ha hecho posible un cambio en las relaciones de poder y de saber hacer en el trabajo de creación audiovisual sobre la mirada del otro. Un saber que se reivindica en el actuar, compartiendo conocimiento para generar redes de saber, donde el diálogo entre quienes trabajan conjuntamente el ámbito de lo cultural pueda aportar una manera otra de conocimiento que beneficie al conjunto de los actores sociales.

Esta interdisciplinariedad en el campo de la cultura no ha sido siempre bienvenida. Una aproximación irónica del antropólogo visual Elliot Weinberger (1994: 3-4) puede darnos una idea de lo segmentado que muchas veces se encuentra el panorama de la investigación y análisis sobre las condiciones de trabajo audiovisual en la academia y otros ámbitos de la cultura. Según Weinberger:

“Existen adeptos de una tribu que [...] veneran una deidad aterradora conocida como Realidad, cuyo eterno enemigo es un gemelo malvado llamado Arte. Creen que para mantenerse alertas ante este malévolo Dios, hay que ser devotos y practicantes de una serie de rituales conocidos como Ciencia. Su cosmología, no obstante, es inestable: durante décadas han luchado amargamente entre ellos tanto como por su Dios y la mejor manera de servirle. Se acusan unos a otros de ser seguidores de Arte; el peor insulto en su lengua es “esteta”.” (Weinberger, 1994: 3-4)

El documental participativo se dispone como una herramienta para quienes necesitan encontrar un medio de expresión individual y colectivo que sea capaz de poner de manifiesto las necesidades que son exclusivas e intransferibles del sujeto enunciador y que a través de la fuerza del dispositivo audiovisual pueden encontrar una manera de ser internalizadas por los protagonistas, a la vez que externalizadas, es decir expresadas y comunicadas, creando así mundos reales a partir de formas imaginadas en el ámbito de un saber compartido.

Más que contraponer metodologías disciplinarias, parece lógico y operativo sumar los aportes de diferentes ámbitos del conocimiento que nos permitan desarrollar una práctica necesariamente compleja, por lo que tiene de rupturista, y enriquecedora.

Es además importante sumar a los referentes de la IAP en el tratamiento audiovisual, el desarrollo de un trabajo de campo donde investigar de qué manera los presupuestos teóricos se manifiestan en el trabajo práctico. Cuáles son en este aspecto las limitaciones que enfrenta la IAP en el documental y cuáles sus posibles logros.

Desde el punto de vista de la investigación los referentes históricos nos sugieren la posibilidad de sustentar una práctica bajo la perspectiva de modelos pasados para así poder situar un marco de acción, un encuadre preciso en una práctica contemporánea que no es solo una estrategia de comunicación para reglar nuevos productos audiovisuales (nuevas formas genéricas, tal como se expresa en la industria televisiva) sino que produce un cambio profundo en las formas y contextos en el que el propio dispositivo técnico ha sido utilizado y por lo tanto en las formas en que percibimos y construimos lo real.

2.1. LA MIRADA SOBRE EL OTRO EN LA TRADICIÓN DEL DOCUMENTAL SOCIAL Y POLÍTICO

La modernidad ilustrada vinculada al dispositivo del cine, se acercó mediante la cámara a sectores de la población carentes de visualización, otorgándoles así una representación visual en el entramado de esa incipiente sociedad mediática de comienzos del siglo XX.

En este sentido la fotografía como el cine, asumen la tradición y el legado de la Modernidad tanto por lo que hace a la función de la máquina como catalizador del progreso en el nuevo mundo, como a los ideales de justicia e igualdad que manifiestan una clara línea de continuidad con formas de la modernidad vinculadas a la literatura:

“Opera en los Estados Unidos, sobre todo en los años treinta, un fotógrafo de radicalidad documental manifiesta, Walker Evans. A partir de las enseñanzas de la modernidad literaria (Baudelaire, Flaubert, Proust, Joyce), el fotógrafo norteamericano hará a lo largo de los años un retrato de su país como si fuera un historiador que recoge las huellas de una civilización periclitada. Un historiador o un escrutador de la filosofía y la distancia de la visión.” (Ibarz, 2008).

El documental de compromiso social se plantea en esta primera fase del documental cinematográfico dar visibilidad de la miseria y explotación como crítica de la promesa de progreso, o en su componente épico, de unas clases marginadas que son para los tecno-realizadores de la modernidad, artífice y motor de la historia en el marco de la lucha de clases.

En esta fase de la representación, ese sujeto no tiene voz ni mirada propia sino que es ex-

presada a partir del especialista que es capaz de construir su retrato, su representación, y de otorgar a esa imagen un lugar dentro de la sociedad de su época.

Esta herencia de la mirada sobre el otro como objeto de estudio, como sujeto-contenido de un discurso ideológico ha permanecido a lo largo de muchos años en el documental de tradición cinematográfica.

Desde la tradición metodológica de las ciencias sociales y empíricas, en la antropología visual y en los trabajos de investigación etnográfica también se revestía el carácter objetual del otro observado, el otro desconocido a quien se tenía por objeto de estudio, como el objeto de contemplación y análisis que la ciencia reserva para todo tipo de especies, fenómenos naturales y culturas lejanas.

La cámara se constituía así como un dispositivo de otredad que separa el ámbito del conocimiento entre el que observa la realidad y la analiza desde una perspectiva escópica, y aquellos grupos objeto de estudio para así ser incorporados al espacio de nuestra comprensión, es decir de nuestro orden de intercambio y modo de producción.

Este paradigma epistemológico, esta mirada científica que propugnaba el estudio distanciado del objeto de análisis, permitió a la ciencia de occidente desarrollar las herramientas adecuadas para configurar su conquista horizontal del mundo (Latour, 2001), para expandirse por el mundo a partir del conocimiento detallado de las necesidades y deseos del otro (Macluhan, 1956) para así poder conquistarlo y utilizarlo en su totalidad operativa, en provecho del desarrollo capitalista, de la aldea global.

La táctica colonial requiere de un conocimiento científico y una técnica operativa, para desarrollar así sus objetivos, su metodología y sus re-

sultados. Ni la antropología ni la cinematografía son ajenas a este orden de expansión del capitalismo por el mundo. Incluso en la fotografía contemporánea sobre los desamparados y pobres de la tierra podemos observar una funcionalidad emotiva donde el otro representado pasa a formar parte de nuestro sistema de valores e intercambios. Es integrado en el ámbito de lo factible, es digerido por la imagen.

El cine militante que se inicia en los años 60, el cine comprometido que se refleja en el trabajo de autores como Peter Watkins, Fernando Birri, Fernando Solanas, Octavio Getino, Cris Marker, o Nicolas Guillén Landrián por citar sólo algunos nombres del gran abanico internacional de autores contestatarios, no solo aportó contenidos sociales, sino que buscó una forma original que socavase los paradigmas del relato de tradición cinematográfica asociada al entretenimiento de Hollywood, a su lenguaje y operatividad narrativa.

El cine de vanguardia comprometido con una idea del mundo y una crítica de las relaciones de producción buscó en esta época una forma de enunciación particular, alejada de las convenciones visuales hegemónicas, con la voluntad de crear discusión sobre su propia forma expresiva, sobre lo que se entendía como lenguaje audiovisual, produciéndose así un cuestionamiento de la representación y de la forma de enunciación. La estrategia sobre la transparencia del método constructivo del film donde los protagonistas pueden observar su accionar frente a la cámara en proyecciones conjuntas una vez editado el film, propone una nueva narrativa original y asciende a éste mediante una modalidad interactiva, a una nueva categoría de relato donde se pone en cuestión el mismo hecho de la representación. Vertov ya había demostrado la validez de esta forma constructiva en su película de El hombre de la cámara (1929).

La constitución de grupos de trabajo para una realización conjunta, como manera de negar una voz autoral individual, fue también otra de las estrategias seguidas en esta época por el cine militante en la busca de una forma no viciada subjetivamente del discurso fílmico político.

Esta constitución de grupos auto-gestionados e independientes dentro del mundo de la producción cinematográfica dio por resultado el surgimiento de una práctica fílmica donde lenguaje y acción, forma y contenido proponían una coherencia ideológica y programática. Grupo cine liberación o Grupo de Base en Argentina, o el Dziga Vertov en Francia, son buenos ejemplos de esta unión para crear una nueva voz colectiva donde se trabajaba de manera grupal y en forma anónima.

Esta búsqueda de una forma de representación no mediada del otro en el documental político-social y en el trabajo de campo científico se ha puesto de manifiesto tanto en el documental contemporáneo como en la antropología visual crítica con una epistemología positivista.

Las estrategias de incorporación del imaginario de los protagonistas a la narrativa del film, en el estilo que el antropólogo visual Jean Rouch supo imprimir en sus películas a partir de la creación de historias originales para la cámara configuradas conjuntamente con sus protagonistas, ha sido una de las tendencias explícitas para acercar la voz del protagonista al medio fílmico. Y sin embargo, en la mirada etnográfica así como en el documental social continúa siendo pertinente la conciencia de una misma carencia, de una misma pregunta: ¿Cómo dar voz a ese otro? ¿Cómo penetrar en la otredad para hablar a partir de ella? ¿Cómo hacer que el sujeto asuma la voz de su propia historia para dejar de ser un objeto de estudio, o de propaganda, para pasar a ser el artífice de su propio discurso?

2.2. RESPONSABILIDAD ENUNCIATIVA: PALABRA, VOZ, AUTORIDAD Y AUTORÍA

El antropólogo visual norteamericano Jay Ruby ayudó a dilucidar las múltiples posibilidades de relación de los documentalistas con la gente filmada en un texto que tituló: "Hablando por, acerca de, con, al lado de: un dilema documental y antropológico" (1991). Citando esta aportación de Ruby, Pablo Mora Calderón destaca:

"No se trata solamente de cuestiones de método (cómo se divulga el conocimiento antropológico), sino también de consideraciones políticas y éticas. Analizando las nociones de voz, autoridad y autoría de los documentales etnográficos, Ruby puso el dedo en la llaga: ¿Quién puede representar a quién, con qué intención, con qué lenguaje y en qué contexto? Todo esto ha tenido consecuencias profundas en la transformación de las convenciones narrativas de las etnografías visuales y de los documentales antropológicos." (Mora Calderón, 2014).

El planteamiento de Jay Ruby (1991) sugiere un cuestionamiento más que pertinente en todo el ámbito del documental social y no solo del cine etnográfico, acerca de los procesos de representación, de visibilidad y participación de los protagonistas que dan vida al documental. Pone en cuestión una manera de enunciación que se hizo convencional a lo largo de la historia del documental que sugiere una forma de dar la palabra, de ocupar el lugar de otros y hablar en su nombre, mediación enunciativa sobre cuya validez vale la pena trazar algunos cuestionamientos; sobre todo por el lugar de responsabilidad y de autoría que motiva, además del rol determinista que otorga a cada uno de los actores del evento audiovisual.

La antropología visual mediante el continuo

cuestionamiento de su propia metodología ha ido abriendo un campo de pensamiento sobre las formas de enunciación y la performatividad de los actores participantes del hecho fílmico que ha permeado toda la práctica documental, donde se hace pertinente investigar, analizar y actuar, no solo frente a las formas y modos en que representamos aquello real, sino más bien poniendo en juego los factores de mediación que implica la cámara junto a la responsabilidad de la enunciación fílmica.

Desde esta perspectiva, no se trata solo de entender un mensaje a partir de las características de la mirada de un autor, sino de establecer las pautas de conducta en la relación de mediación entre el investigador y los protagonistas, a la vez de la dimensión que adquiere la mediación técnica del dispositivo audiovisual en la construcción de ese símil real que hace posible el documental.

Esta aproximación a una enunciación responsable no pretende fijar dogmáticamente las condiciones de excepcionalidad y existencia del modo documental, pero sí revitalizar la relación de sus componentes. Junto al cuestionamiento sobre el modo de la enunciación, también el desarrollo teórico-filosófico sobre la apreciación del dispositivo técnico como elemento sobre el que se sostiene la relación de mediación de sus elementos significantes ha sido de fundamental ayuda en el surgimiento de nuevos paradigmas.

En esta dimensión de la elaboración de una teoría basada en el dispositivo técnico sin duda Villem Flusser tuvo mucho que decir. Para Flusser el dispositivo es aquello que configura la experiencia audiovisual en toda su complejidad y posibilidades: la cámara, el proyector, la sala, la pantalla, el autor, los protagonistas; y en la evolución de sus formas, usos y modos encontramos muchas claves de las formas que

adoptan las maneras de vehicular mensajes y comprender nuestro entorno. La experiencia audiovisual es en este sentido, un significante técnico, por decirlo en pocas palabras; o siguiendo el estilo de síntesis de Flusser: No hay lenguaje, hay dispositivo.

3. ENUNCIACIÓN Y PERFORMATIVIDAD: HACIA UN NUEVO PROTAGONISTA DE LA HISTORIA

La puesta en valor de la dimensión enunciativa en el documental, activada desde la antropología visual, ha conseguido permeabilizar todo el acontecer audiovisual provocando una reacción metodológica y una variación sustancial en la práctica documental.

Desde los años 80, distintos programas de la UNESCO abrieron vías para la variación de un orden que tenía sus referentes en la forma de la conquista colonial, un orden epistemológico donde los otros eran captados para ser estudiados por especialistas: el otro como objeto de estudio del conquistador.

En la actualidad a partir de distintos organismos y fondos públicos, la IAP en el audiovisual ha comenzado a ocupar un lugar importante en los métodos de trabajo. Pero esta transformación en las formas y los métodos del relato audiovisual, mediante la introyección mancomunada de un lenguaje narrativo visual, no solo ha ido vinculada a la puesta en escena del documental indigenista. Un *cine imperfecto* ha ido surgiendo también en el documental social y activista; imperfecto en el sentido que los cánones de lenguaje y forma tienen en la industria del entretenimiento. La forma cinematográfica tradicional adquiere así nuevos matices por la propia práctica y por la influencia de las

nuevas plataformas y dispositivos donde se distribuyen los trabajos audiovisuales, proponiendo caminos alternativos en las formas de producción y distribución industrial.

En este sentido, la interdisciplinaridad que desembocó en la gestación de una metodología propia en la IAP audiovisual permite encontrar nuevas formas de representación social, cuya identidad y conformación comunitaria permitan desarrollar relaciones complejas.

Expandir el campo de la IAP en audiovisuales a otro tipo de comunidades urbanas y campesinas más complejas es también importante para la formación de un nuevo canal de interpretación de las problemáticas identitarias, de género, laborales o ecológicas.

3.1. EDUCAR EN EL AUDIOVISUAL DESDE UNA NUEVA DIMENSIÓN: APRENDER ACTUANDO, APRENDER COMPARTIENDO: ACTIVISMO Y REPRESENTACIÓN

La reflexión sobre estas distintas aportaciones desde perspectivas y ángulos diversos, incluso muchas veces divergentes, permiten el desarrollo de una nueva praxis que está renovando las maneras de ser del documental, así como de la visión del entorno que brindan, haciendo posible una nueva epistemología respecto de la situación del observador en el mundo que analiza.

La vinculación entre investigadores e investigados, entre quienes actúan como mediadores e informadores, o como nuevos sujetos de la enunciación, permite deparar un nuevo orden de trasvase de conocimiento entre universidad

y comunidad, entre saber académico (metodológico) y saber cotidiano (pragmático e intuitivo).

Esta búsqueda de un trasvase desde la *horizontalidad del saber* (Rancière, 2008), de un saber que construya una geometría diferente de las relaciones sociales y políticas, está implícita desde hace tiempo en la constelación de un saber que propone un cambio sustancial en los métodos, función y vínculos del conocimiento y la praxis científica.

Las formas participativas apuntan a esta vindicación de un cambio sustancial en las maneras de comprender la realidad que habitamos y del desarrollo de *otras epistemologías*, mediante la expresión de otras cosmogonías que permitan desandar la colonialidad del ver.

Esta expresión de nuevas cosmogonías, no solo de los aborígenes de culturas ancestrales, sino también de las tribus urbanas, requiere de una aplicación de nuevos acercamientos y metodologías vinculadas a las distintas tradiciones audiovisuales que permitan desarrollar una praxis creativa y expresiva donde podamos desarrollar toda la serie de modelos en que es capaz de expandirse el dispositivo técnico audiovisual.

3.2.- EL TRABAJO DE CAMPO. UNA PRÁCTICA EN DOCUMENTAL PARTICIPATIVO

Desde la perspectiva del trabajo de campo, el trabajo de investigación desarrollado en una unidad desarrollada exprofeso en EDCOM (Escuela de Diseño y Comunicación), de la Universidad ESPOLE en Ecuador, permitió contrastar algunos de los elementos teóricos comentados.

El proyecto de investigación sobre usos de la

tecnología en la re-significación de la memoria y la identidad de la comunidad montuvia en Ecuador, que se desarrolló conjuntamente como un trabajo de campo mediante el dispositivo técnico audiovisual y la reflexión teórica sobre la IAP en el audiovisual, conjuga diversas tecnologías del ámbito de la comunicación en tanto herramientas de trasvase de conocimiento entre academia y sociedad.

Se dispuso de tecnología audiovisual al servicio de una comunidad campesina (en este caso la montuvia de la localidad de Salitre) como una forma de educar desde una dimensión horizontal, partiendo del concepto de que saber es *saber hacer y saber compartir*. Mediante una metodología de Vídeo participativo se quiso hacer factible un empoderamiento comunitario de un saber técnico (la imagen y sonido técnico) presente en su vida cotidiana, y que tiene un enorme poder en el imaginario popular y en cuestiones identitarias de primer orden. Crear imagen técnica es en este sentido un proceso que da pie al desarrollo de auto-conocimiento, de una ampliación de la propio-percepción del individuo y de la comunidad con el entorno que habita.

El proyecto apuntaba a un desarrollo de la comunicación intra-comunitaria a partir de una difusión transmedia de la experiencia de Vídeo participativo, de manera de poder actuar sobre varios frentes culturales y comunicacionales: el del espacio cultural de la localidad mediante una instalación de vídeo, fotos, dibujos (documental expandido) de la experiencia documental; mediante proyecciones locales de los trabajos audiovisuales conseguidos (documental lineal), y del desarrollo de esta experiencia comunitaria en Internet a partir del desarrollo de un Documental Interactivo en Internet (docWeb).

En relación a estos objetivos que constituyeron un primer punto de partida, se establecieron diferentes fases de actuación:

- 1.- Búsqueda de un mediador con la comunidad para la configuración de un taller audiovisual en el marco de la IAP.
- 2.- Configuración del grupo de trabajo conjunto entre profesores y estudiantes de ESPO y miembros de la comunidad de Salitre.
- 3.- Establecimiento conjunto de un calendario de trabajo.
- 4.- Desarrollo del Taller y propuestas de trabajo:
 - Categorización de memoria e identidad en la comunidad montuvia de Salitre.
 - El dispositivo técnico como dispositivo de mediación con lo real.
 - La construcción de lo real.
 - Sensibilización de la mirada y la escucha sobre el paisaje visual y sonoro como territorios de la memoria.
 - Cuestionamiento crítico de los elementos identitarios y de re-significación de la memoria.

Durante la realización del taller, los elementos identitarios manifestados por los participantes jugaron un papel importante en la confección de la hoja de ruta del guión audiovisual. Nuestra propuesta no pretendía intervenir de manera abrupta sobre la noción de identidad y memoria montuvia, sino más bien proponer algunas preguntas al respecto. En este sentido quisimos delimitar el caudal de nuestra intervención en el grupo, a la vez que proponer aspectos críticos: "Dar voz a los participantes no es simplemente hacer que estos hablen acerca de sí mismos, haciendo una descripción de su vida y sus pensamientos. Esto sería un conocimiento que podríamos denominar como "inocente" o "ingenuo", en la medida en que no compromete los principios sobre los que se sustentan estas descripciones. De alguna forma hay que llegar a una violencia

epistémica, que haga cuestionarse a los participantes sobre lo que ellos mismos dicen y lo interpreten como una expresión de los contextos sociales, políticos, económicos y morales en los que se han gestado y de la experiencia en los mismos...” (Ribas, 2007).

Diremos que en nuestro trabajo de campo, esta conciencia crítica sobre la identidad costó de llevar adelante ya que el grupo buscaba una identidad montubia positiva. No era nuestra intención contradecir esta expresión identitaria, a veces tan necesaria para comunidades que recién ahora pueden articular una cooperación social y una conciencia de lo común, pero sí establecer una mirada crítica al respecto.

En relación a su constitución, el grupo de trabajo estuvo formado por un doctor Investigador, que propuso las líneas maestras del proyecto de investigación, cuatro docentes de la unidad EDCOM y cuatro alumnos también de la unidad de EDCOM.

Desde nuestro rol de investigadores-informadores, además de hacer posible una dinámica de grupo que permitiera desarrollar el trabajo mediante el dispositivo audiovisual, se plantearon desde el inicio posibles temas y metodología de desarrollo. Junto a la propuesta temática, se fue realizando un diario de bitácora describiendo los modos y desempeño de cada sesión de trabajo. A modo de ejemplo transcribimos el informe del primer día relativo a la introducción temática y metodología del Taller participativo.

“El primer taller de video participativo tuvo lugar en las instalaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Salitre y contó con una asistencia inicial de 11 personas. De estas, tres se desempeñaban como facilitadoras del taller de radio comunitario dictado previamente y abandonaron la sesión al tener obligaciones laborales. Finalmente, el grupo se consolidó con 8 personas, de las cuales tenemos un individuo

con escasa visibilidad, una participante de corta edad, personas de la tercera edad, con experiencia en labores de pesca y agricultura y con exposición a la vida de la ciudad (Guayaquil).

Algunas se deben al servicio público, otros representan a comunidades montubias aledañas a Salitre y uno se autodenomina vocero de los discapacitados de la zona.

Se definieron características de la identidad montuvia, de acuerdo a la apreciación del grupo. Se mencionaron aspectos como vestimenta, modos de trabajo, gastronomía, pesca, agricultura, etc. También se invitó al grupo a colaborar en la elaboración de una cartografía de la zona, un bosquejo para identificar lugares característicos y relatos que se puedan construir en ellos. El taller concluyó con una breve explicación del manejo de cámaras, composición del encuadre y captura de sonido. Los participantes pudieron manipular los equipos disponibles, con la ayuda de alumnos y docentes presentes. La sesión fue amena e informal, y contó con la apertura y autenticidad de los asistentes.” (Informe interno del Taller, por la docente María Fernanda Mino Puga).

Durante seis sesiones de trabajo o días de rodaje fuimos siguiendo las pautas temáticas que el grupo de la comunidad nos fue proponiendo en relación a los elementos que determinan una identidad local y sobre aquellos que se están perdiendo o recuperando.

Dividimos los seis días de rodaje en ejes temáticos con un protagonista principal para cada localización y día de rodaje que sería el mediador o guía en cada jornada.

Confeccionamos así conjuntamente un guión operativo que trataría temas en localizaciones precisas:

- 1.- La formación de cooperativas. Los arrozales y sus trabajadores.

- 2.- El río, la Canoa y la pesca.
- 3.- El cultivo de sandía, cacao, soja. La hacienda y sus trabajos. Gastronomía local.
- 4.- La ganadería y sus trabajos.
- 5.- La cultura local: Amorfinos, danza, música y habla.
- 6.- Talabartería y pesca.

El trabajo con las cámaras se dejó al grupo de la comunidad (dos cámaras handycam HD) mientras que el sonido lo continuó realizando durante toda el proceso un estudiante del grupo ESPO. Una tercera cámara en manos del grupo docente iría realizando un diario de trabajo, un "making off" en la jerga audiovisual.

Es importante remarcar que este trabajo audiovisual a partir de la IAP con la comunidad de Salitre configura un grupo de personas heterogéneo que no comparten lugar de trabajo, ni tienen lazos familiares ni ideológicos. El grupo se había constituido para asistir a un taller de radio comunitaria mediante anotaciones voluntarias y había sido organizado por el Municipio de Salitre. El Municipio del Gobierno Autónomo Descentralizado de Salitre, nuestro mediador con la comunidad, nos propuso el trabajo con este grupo ya formado con anterioridad. La gran diversidad de perfiles y edades (entre los 9 y los 70 años) entre los protagonistas del taller más que un inconveniente resultó de mucha eficacia ya que se creó un grupo homogéneo donde se fueron adoptando relaciones de enseñanza a distintos niveles dentro del grupo de docentes y alumnos universitarios y miembros de la comunidad.

La reacción positiva en la introducción del taller ante lo que denominamos un intercambio de saberes, entre nosotros universitarios y ellos, la mayoría campesinos, constituyó un paradigma de mucha fuerza en el desarrollo de toda la actividad ya que les quedó muy claro desde

un principio que si nosotros, académicos, conocíamos el uso del dispositivo técnico y una metodología de trabajo, ellos sabían sobre las actividades del campo y sobre los relatos locales que expresaban de manera didáctica para todos el grupo universitario.

En este sentido la dinámica del grupo fue muy propicia y a medida que pasaron los días de rodaje se fueron incorporando naturalmente al mismo nuevos miembros de la comunidad que querían trabajar en el proyecto.

4. DISCUSIÓN

El trabajo de campo realizado siguiendo metodologías suscritas por el documental social participativo, y su relación con referentes de distintos saberes metodológicos presentes en la antropología visual, como en el vídeo independiente y activista y en las prácticas procesuales del ámbito artístico sugieren aportes en discusión que permiten la apertura de nuevas formas de trabajo social mediante el audiovisual que no suscriben igual tratamiento al que nos tiene acostumbrados la industria audiovisual.

La antropóloga visual Elisenda Ardèvol resume algunos puntos fundamentales de la etnografía visual que constituyen una metodología singular de trabajo en el cine de exploración etnográfica que marcan un límite y una ruptura frente al método constructivo del documental mediático, que sintetiza en cuatro categorías: incertidumbre, adaptación al contexto, audiencia, proceso versus producto.

"Muy esquemáticamente, el modo de producción del cine de exploración etnográfica se caracterizaría por:

- 1) La incertidumbre: la filmación no parte de un guión previo, sino de la adaptación y la improvisación sobre el terreno. [...]

- 2) La adaptación al contexto de investigación: adaptarse al contexto supone que el cámara no tiene el control sobre éste, no puede modificar su organización o interrumpir una secuencia de comportamiento. [...]
- 3) Ausencia de contexto «audiencia»: al contrario del cine documental o de ficción, el cine de exploración no tiene un mercado abierto, sino sujeto a las condiciones de su investigación. [...]
- 4) Proceso versus producto: La interacción que se produce en el campo entre la cámara y los participantes del estudio moldea el modo de representación en el producto final". (Ardevol 1998).

Desde el punto de vista interdisciplinar del documental participativo, la propuesta de la etnografía explorativa de trabajar sobre *el proceso* más que sobre *el objeto de estudio*, nos parece una pauta de importancia en el desarrollo de nuevos modelos de trabajo en IAP audiovisual.

En similar dinámica el *Arte procesual* en la tradición del arte contemporáneo, demuestra paralelos *síntomas metodológicos* focalizando los resultados del trabajo creativo a partir de los caminos desarrollados en el proceso frente al anterior paradigma de *obra acabada*.

Estas vindicaciones sobre un arte procesual frente a la idea de obra acabada, se manifestaron a través de grupos de vanguardia en el campo del arte de posguerra a través de grupos como "Fluxus" o en posteriores trabajos documentales como los de Juan Downey (*The laughing alligator*, 1977), Jon Alpert (*Chinatown*, 1974) o el uso creativo del archivo para analizar los estereotipos de los media, tal como se expresa en Dee Dee Haleck (*Gringo in mañanaland*, 1995). Estos trabajos audiovisuales permiten establecer premisas similares a las defendidas por la etnografía explorativa. Di-

gamos que desde esta perspectiva, muchos artistas visuales y documentalistas de la época podrían asumir con gusto las propuestas metodológicas reseñadas por la antropóloga Elisenda Ardèvol.

¿Quiere esto significar que había caminos de conexión entre la investigación y la praxis entre Arte y Antropología? Ya vimos antes que el prejuicio científico de los antropólogos con los artistas visuales era enorme, así que podemos indicar que no había necesariamente un trabajo conjunto, sino quizás más bien un trasvasamiento de saberes entre distintos ámbitos a partir de sustratos rizomáticos que constituirían un saber hacer experimental en la época.

Estas nuevas metodologías de trabajo, de investigación y de pensamiento no siempre se expresan en los apuntes de la investigación teórica, sino que pueden ser encontrados en la praxis de muchos de los actores que utilizan el dispositivo audiovisual en esta época, y donde recién ahora a partir de cierta distancia temporal podemos encontrar una sintonía crítica y metodológica.

Las discusiones y aportes trans-disciplinares pueden ser en este sentido muy constructivas a la hora de desarrollar nuevos métodos de documental social participativo.

5. CONCLUSIONES

En el acercamiento entre ámbitos hasta ahora estancos como el arte y la etnografía experimental, la antropología visual o el documental de tradición militante encontramos un terreno fértil y abonado a nuevas experiencias.

En este artículo hemos deseado situar una genealogía común del documental social en sus diversas vertientes y dilucidar la transformación que hoy día se producen en los pro-

cesos de simbolización y representación, que dependen tanto de los cambios en el hardware (el dispositivo técnico) como en la metodología adoptada en el trabajo de campo.

En las conclusiones de este recorrido metodológico trans-disciplinar vale la pena reseñar la ruta del antropólogo Jay Rubi que fue bastante más lejos que muchos de sus colegas, sugiriendo la apertura a modelos expositivos en sala o en internet que pueden suponer un canal de experimentación expresiva mucho más completo que la proyección audiovisual: “tanto los materiales filmados como impresos tienen limitaciones que solamente se pueden superar con la combinación del formato multimedia con la palabra escrita, fotografías e imágenes en movimiento/cine y video como un todo integrado”. (Rubi, 2009).

Otros reconocidos antropólogos como MacDougall (1975) y Worth (1981) sostienen que una buena película etnográfica no es solo aquella que utiliza el dispositivo técnico audiovisual como herramienta de análisis, sino que plantean la necesidad de realizar buenas películas que lleguen al espectador y donde se desarrolle una dinámica que consiga reflejar la cosmogonía de sus protagonistas. MacDougall critica la ausencia de participación de los actores en la representación de su propia cultura y el carácter distanciado y pretendidamente objetivo del documental de corte naturalista. Su propuesta estriba en llevar la cámara al centro de la acción, hacerla participativa y próxima, evitar los comentarios eruditos y que sean los propios actores los que hablen y se dirijan al espectador (MacDougall, 1975). Jay Ruby insiste en cambiar el eje de reflexión del producto al proceso, y propone que el antropólogo rompa con la tradición del cine documental para crear su propio lenguaje cinematográfico (Ruby, 1980).

Desde nuestra perspectiva teórico-práctica consideramos pertinente en relación a los procesos enmarcados en la IAP audiovisual, considerar al conjunto de actantes como una tríada de elementos que configuran la base de la construcción audiovisual documental. Esta tríada está compuesta por un equipo de producción, los protagonistas y los usuarios. Las consideraciones metodológicas sobre actuación, saber, performatividad y responsabilidad enunciativa, tienen en este sentido, que considerar a todos los actantes del proceso participativo.

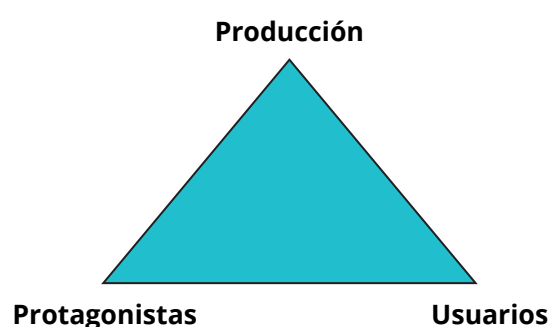


Figura 1. Actantes del proceso participativo.

La figura del protagonista, históricamente el sujeto/objeto de la narración, parecería haber quedado relegado frente a los otros dos elementos de la tríada constructiva. El análisis del documental en general ha puesto el foco en las opciones que remarcan el carácter poético, ensayístico o descriptivo del equipo de producción (el autor), o de las modalidades técnicas de acción propuestas al usuario que potencian nuevas narrativas a través del paradigma de la elección múltiple (multiple choice), dejando de lado, de manera harto curiosa, al propio sujeto del documental, su protagonista, que es a la vez el objeto de ser del documental.

La aparición del documental interactivo (DocWeb) ha abierto otra fórmula de trabajo del

documental contemporáneo donde se plantean nuevas posibilidades metodológicas, tanto por lo que hace a las categorías de los actantes implicados como a los métodos de análisis.

Sin embargo, las opciones de participación que se instrumentan a partir del dispositivo interactivo en el DocWeb, y que hacen prioritario el *hacer del usuario* (la interacción técnica) se manejan de manera diferente en el documental social participativo (DSP) que surge de la IAP y que hemos venido analizando.

En el DSP las relaciones de empoderamiento de los protagonistas, la necesidad de el establecimiento de dinámicas de grupo, el distanciamiento del equipo de producción de su propio saber técnico para dejar paso al diálogo e intercambio operativo con los protagonistas, y la nueva mirada requerida al observador de este proceso constructivo crean características que necesitan de un marco de análisis adecuado y de un trabajo sobre el establecimiento de pautas que hagan posible el desarrollo de la investigación, de la acción y la participación de los tres actantes en esta relación nueva en torno al dispositivo audiovisual.

La transformación de los procesos simbólicos de la representación del sujeto y del entorno potencia un ejercicio de enunciación *desde* la cultura y no solo *sobre* las características de los hechos de cultura. Este modo participativo puede ser generador, en el sentido que potencia la acción extra-diegética de los protagonistas, es decir en que induce a la acción de los protagonistas más allá del relato audiovisual provocando una trama fuera y dentro del audiovisual.

Las distintas jornadas conjuntas del trabajo, descrito en el informe del taller audiovisual mediante IAP, permitió apreciar de qué manera el uso del dispositivo es capaz de optimizar un diálogo conjunto para actualizar y re-significar

la memoria oral, para desarrollar una cartografía de manera original del propio territorio analizando como fue y como devino este territorio en lo que ahora es.

Desde esta perspectiva de la Investigación y Acción Participativa (IAP) el dispositivo audiovisual se erige como una herramienta de conocimiento y co-participación de saberes que depara formas originales de entender la interacción social.

La confluencia de intereses y métodos de análisis entre la antropología visual y el video-activismo participativo está haciendo posible la reinención de un lenguaje audiovisual que asume nuevas poéticas políticas, y donde la responsabilidad enunciativa de los protagonistas de la historia va abriendo camino a una performatividad de nuevo cuño.

La responsabilidad enunciativa propia del documental participativo es capaz de generar una visión original de los cuerpos, del habla y de las miradas de los protagonistas, que no son ya las señaladas por el especialista audiovisual, sino la del sujeto que participa e intenta volcar en el relato sus tradiciones; una mirada invadida por el contexto de sus costumbres.

Es cierto que en esta mirada aborígen, en esa mirada no profesional, se combinan muchas veces los tópicos mediáticos más relamidos, ya que la inexperiencia con el dispositivo técnico sumada a la intoxicación provocada por los formatos televisivos hegemónicos inundan la atmósfera mediática global. Sería imprudente e idealista pensar que exista una inocencia de la mirada que permita a estas comunidades recién venidas a la producción mediática, la expresión de un lenguaje sin contaminaciones civilizadas.

No se trata de esto, o aún más, es precisamente en este sentido que el carácter didáctico por

parte de antropólogos, realizadores o videoactivistas puede ejercer de catalizador para la búsqueda de formas originales que expresen nuevas relaciones de producción y búsquedas de lenguaje inéditos. No se trata que estos sectores marginados de una enunciación propia y responsable asuman los tópicos mediáticos para dar a conocer la exposición de sus problemas, sino de que surjan nuevas poéticas que revitalicen un enunciado político y una nueva forma de afrontar los problemas en la comunidad.

La IAP puede ejercer desde este ámbito un aporte social muy importante a sectores de la población que solo reciben información mediática con casi nulo cuestionamiento de las formas de pensamiento y conductas dominantes fijadas a través de la imagen visual.

En este sentido consideramos que la transmisión de vínculos de conocimiento entre universidad y comunidades puede resultar prometedor y operativo, a partir del desarrollo de un corpus teórico adecuado y un trabajo de campo efectivo que permita un nuevo modo de intercambio horizontal entre academia y sociedad, entre investigadores y comunidades.

En este momento en que muchas universidades del mundo han entrado en una dinámica neoliberal de privatización de su enseñanza pública, y donde se plantea la mancomunidad de empresa y universidad como objetivo económico-social, la IAP en el campo del audiovisual permite desarrollar una estrategia operativa entre Universidad y sociedad, y entre investigadores y comunidades que potencia una democratización del *saber hacer* y el *saber compartir* para crecer conjuntamente, y que hace posible un reto en la formación de nuevos profesionales que estudien en contacto con estratos de la sociedad marginados del acceso al conocimiento técnico y científico.

NOTA

El presente trabajo fue patrocinado por el Proyecto Prometeo de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación de la República del Ecuador junto con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, Escuela de Diseño y Comunicación (EDCOM), Guayaquil, Ecuador.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Ardevol, E. (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Revista de dialectología y tradiciones populares del CSIC*, 53 (2), 217-240. Consultado desde <http://rdtp.revistas.csic.es/index.php/rdtp/article/viewFile/396/400>
- Balcazar, F. (2003). Investigación y acción participativa (IAP). Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Apuntes de psicología colegio oficial de psicólogos*, vol. 21, número 3, 419-435. Consultado desde <http://www.redalyc.org/pdf/184/18400804.pdf>
- Flusser, V. (1983). *Una filosofía de la fotografía*. Madrid: Síntesis.
- Freire, P. (1968). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI.
- García López, E. (2013). Antropología y movimientos sociales: reflexiones para una etnografía de los nuevos movimientos globales. *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 7(1), 83-113.
- Getino, O., y Velleggia, S. (2002). *El cine de las historias de la revolución (1967-1977)*. Buenos Aires: Altamira.
- Guerrero Arias, P. (2002). *Guía etnográfica. Sistematización sobre la diversidad y la diferencia de las culturas*. Quito: Ediciones Abya-yala.
- Gumucio, A. (comp.). (2014). *El cine comunitario en américa latina y el caribe*, tercera edición. Quito: Consejo nacional de cinematografía-Ministerio de cultura y patrimonio.
- Ibarz, M. (2008). *La herida y la curación. Fotografía, mirada documental y práctica artística*. Consultado desde http://www.iua.upf.edu/formats/formats3/iba_e.htm
- Latour, B. (2001). *La esperanza de Pandora. Ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia*. Barcelona: Gedisa.
- León, C. (2010). *Reinventando al otro. El documental indigenista en el ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar - Sede Ecuador.
- León, C. (editor) (2014). *El documental en la era de la complejidad*. Universidad Andina Simón Bolívar - Sede Ecuador.
- McLuhan, E. y Zingrone, F. (comps.) (1998). *McLuhan. Escritos esenciales*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Martínez, A., y Camas, V. (2014). El cualitativismo crítico como espacio de encuentro y aprendizaje para el cambio social y personal. *Arxius de Ciències Socials*, nº 31, 125-142.
- Martínez, A., y Camas, V. (2015). *Investigación-acción participativa y documentales etnográficos: reflexiones epistemológicas y apuntes teóricos* 358-382. Sierra F. y Montero, D. (Eds.). *Videoactivismo y movimientos sociales*. Barcelona: Gedisa.

- Mora Calderón, P. (2014). *Lo propio y lo ajeno del otro cine otro. El Documental en la era de la complejidad*. Universidad Andina Simón Bolívar - Sede Ecuador.
- Montero, D., y Moreno, J. M. (2014). *El cambio social a través de las imágenes. Guía para entender y utilizar el vídeo participativo*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós.
- Ranciere, J. (2011). *El malestar en la estética*. Buenos Aires: Capital intelectual S.A.
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Editorial Manantial.
- Rappaport, J. (2007). Más allá de la escritura: la epistemología de la etnografía en colaboración. *Revista Colombiana de Antropología*, nº 43, 197-229.
- Ribas, I. (2007). *Vida, experiencia y educación: la biografía como estrategia de conocimiento. La investigación educativa: una herramienta de conocimiento y de acción*. Buenos Aires: Centro de publicaciones educativas y material didáctico.
- Rouch, J. (1975). *The Camera and Man. Principles of visual anthropology*, Paul Hockings ed. Mouton Publishers. The Hague.
- Ruby, J. (1991). Speaking For, Speaking About, Speaking With, or Speaking Alongside- An Anthropological and Documentary Dilemma. *Visual Anthropology Review Fall*, Volumen 7. Number 2, 50-67. Doi: 10.1525/var.1991.7.2.50.
- Ruby, J. (1975). Is an ethnographic film a filmic ethnography? *Studies in the anthropology of visual communication*, 2, 104-111.
- Ruby, J. (1991). Hablar por, hablar acerca de, hablar con, o hablar a lo largo de un dilema antropológico y documental. *Visual Anthropology Review*, vol. 7, nº 2, 50-67.
- Ruby, J. (2007). Los últimos 20 años de antropología visual – una revisión crítica. *Revista chilena de Antropología Visual*, 9 - Santiago de Chile, 13-36.
- Ruby, J. (2009). ¿Son los medios interactivos una alternativa a los filmes etnográficos? *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*. Vol. 6, nº 3, 81-93. Consultado desde http://www.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-75152009000300006
- Sucari, J. (2012). *El documental expandido: pantalla y espacio*. Barcelona: Editorial UOC Press.
- UNESCO, San José. (2012). *Manual de investigación cultural comunitaria. Herramientas cultura y desarrollo 1*. Programa conjunto “revitalización cultural y desarrollo productivo creativo en la costa caribe de Nicaragua”. Consultado desde <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002283/228336S.pdf>

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo: participación y navegación cognitiva

Image-based narrative in long-form transmedia journalism: participation and cognitive navigation

5

ARTÍCULO



Denis Renó

Departamento de Comunicación Social, Universidad Estadual Paulista.

Periodista, doctor en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil), es postdoctor en periodismo transmedia por la Universidad Complutense de Madrid (España) y postdoctor sobre interfaces interactivas por la Universidad de Aveiro (Portugal). Es profesor de la Universidad Estadual Paulista - Unesp (Brasil) y profesor honorífico de la Universidad Complutense de Madrid (España).

denisreno.imagistic@gmail.com
scholar.google.com.br/citations?user=n9FvBccAAAAJ&hl=pt-BR

Luciana Renó

Departamento de Jornalismo e Editoração, Universidad de São Paulo.

Ingeniera Electricista, doctora en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid (España) con tesis sobre periodismo de datos y narrativa transmedia, desarrolla postdoctorado en la Universidad de São Paulo (Brasil) sobre periodismo de datos en el escenario transmedia. Desarrolla investigación sobre reportajes transmedia como colaboradora en Universidad Estadual Paulista (Brasil). Es profesora visitante en la Universidad de Milagro (Ecuador).

luciana.lorenzi@gmail.com
scholar.google.com.br/citations?user=mvpS5WYAAAAJ&hl=pt-BR

Fecha de recepción: 01 de diciembre de 2016 / Aceptación: 20 de enero de 2017

Resumen

El periodismo está cambiando hacia una narrativa imagética cada vez más multiplataforma y teniendo en cuenta los conceptos transmedia, y eso es posible observarlo en reportajes *long form*, especialmente en el campo digital. El artículo presenta un estudio de caso del reportaje *Líquido e incerto: o futuro dos recursos hídricos no Brasil*, publicado por el periódico brasileño Folha de S. Paulo en su versión digital, que

tiene estos conceptos establecidos, incluso la participación y la retroalimentación. Se espera comprender el periodismo multiplataforma contemporáneo que valora la imagen como narrativa cognitiva fundamental.

PALABRAS CLAVE

Comunicación, Periodismo, Narrativa Transmedia, Fotografía, Periodismo Digital, Ecología de los Medios.

Abstract

Journalism is moving towards an increasingly multiplatform image-based narrative that takes into account transmedia concepts, as can be seen in long-form reports, especially in the digital field. We present a case study of the report "Líquido e incerto: o futuro dos recursos hídricos no Brasil" (Liquid and uncertain: the future of water resources in Brazil), published online by the Brazilian newspaper Folha de San Paulo,

which takes account of these concepts, including participation and feedback. We try to understand contemporary image-based multiplatform journalism as a basic kind of cognitive narrative.

KEYWORDS

Communication, Journalism, Transmedia Storytelling, Photography, Digital Journalism, Media Ecology.

1. INTRODUCCIÓN

El pensamiento sobre narrativa transmedia es algo contemporáneo y sencillo, aunque para algunos eso es la revolución. En realidad, el desarrollo de las narrativas transmedia es una gran revolución. Aunque no tenga un responsable único, puesto que las narrativas transmedia fueron desarrolladas naturalmente por la sociedad contemporánea, es un cambio que está transformando los procesos mediáticos de tal manera que los medios deben aprender a convivir con eso. Lo mismo sucede con los profesionales ya graduados, que intentan absorber ese nuevo escenario de lenguaje mediático en tiempo de hacer algo con ello.

La narrativa transmedia proviene de cambios comportamentales a través de la creación de recursos y tecnologías novedosas que posibilitaron actitudes hasta entonces jamás vividas por la humanidad. Podemos considerar como algunos de estos cambios la movilidad, la interactividad, la participación y la construcción de espacios, canales y contenidos mediáticos. Estos cambios no alcanzan a ser interpretados por las tradicionales teorías de la comunicación, puesto que cuando estas fueron creadas, no existían. En ellas, los ciudadanos son siempre coadyuvantes en el proceso mediático, donde el actor es el emisor. Y las posibilidades de interactuar directamente con el contenido estaban limitadas a las interpretaciones de los

mensajes, como proponían los estructuralistas y sus teorías de lenguaje.

Entre las principales corrientes académicas relacionadas con el estudio de los medios y la comunicación, la que más se acerca de lo que necesitábamos para observar la transformación en una sociedad transmediática es la sostenida por la corriente teórica denominada Ecología de los Medios, fortalecida y compartida especialmente por Marshall McLuhan y Neil Postman. Pero hasta ellos mismos no podían imaginar, en sus tiempos específicos, que la sociedad pasaría a comunicarse de una manera tan líquida, no estructurada y libre de barreras físicas y/o conceptuales para construir sus procesos mediáticos particulares o independientes de los medios de comunicación masivos. Los cambios son tan expresivos que tampoco los investigadores de la contemporaneidad consiguen comprender lo que sucede. Para ese grupo, en cierto modo conectado a convenciones y tradiciones filosóficas de la comunicación masiva, el transmedia es más de lo mismo (como propone Lucia Santaella, de Brasil) o considerado, equivocadamente, sinónimo de *cross-media* (citado por Andreas Veglis y João Canavilhas, en distintos textos publicados en la década actual).

Cuando uno piensa en narrativa transmedia, lo que le viene a la cabeza es la necesidad de obtener relaciones entre ese (no tan) nuevo término con lo que existe. Empiezan las conexiones a partir de las similitudes gráficas y sonoras, llegando inicialmente al *cross-media*. Pero no hay que confundir 'transmedia' con *cross-media*. Transmedia es un lenguaje contemporáneo que ofrece al usuario una posibilidad de navegación física y/o virtual, de retroalimentación, de reconstrucción, de participación a través de contenidos distintos, complementarios y relacionados entre sí. *Cross-media*, a su vez, es una estrategia narrativa que ofrece, a partir de dis-

tintas plataformas de lenguaje, el mismo mensaje adaptado a las limitaciones de cada plataforma. Por ejemplo, un contenido publicado en una revista no puede tener el mismo formato que el exhibido en una emisora de televisión. Sin embargo, el mensaje puede ser igual en los dos. Esa es la idea del *cross-media*: reforzar lo que fue pensado en distintos medios. Normalmente, el *cross-media* es adoptado por procesos publicitarios, pues la idea es no cambiar el mensaje de ninguna manera. Todavía, algunos teóricos aún consideran las dos palabras como sinónimas, poniéndolas equivocadamente en el mismo barco.

Otro tema que debemos debatir es que las dos palabras son pensadas para proyectos multiplataforma, que pueden ser de lenguaje o físicas, ya mencionado anteriormente. Todavía hay corrientes que consideran el transmedia fundamentalmente creado para ser ofrecido en diversas plataformas físicas. No es válido, para estos teóricos, que haya una diversidad de lenguaje dentro de un espacio web, por ejemplo. ¿Pero cómo quedan ejemplos contemporáneos transmediáticos, como videojuegos con realidad aumentada que ponen todo dentro de un espacio digital, o reportajes periodísticos que trabajan con diversidad de lenguajes y todos los conceptos de la narrativa transmedia pero dentro de una única página web? Para eso, diversos teóricos, incluso Henry Jenkins, declararon que el transmedia está pensado para una diversidad de plataformas de lenguaje, y no solamente físicas, ampliando su aplicabilidad. Sin duda, Jenkins es el autor más conocido y el que popularizó el término *Transmedia Storytelling*. Incluso es considerado por diversos otros autores el creador del término. Sin embargo, hay equívocos históricos sobre eso.

El término transmedia está originalmente registrado en 1975, a partir de una iniciativa ex-

perimental del músico estadounidense Stuart Saunders Smith, cuando creó un estilo de composición musical denominada *transmedia music*. La idea de Saunders Smith era la de crear una composición musical a partir de diversas músicas y ritmos ejecutados al mismo tiempo. La idea no fue exitosa como esperaba su creador, pero algunos músicos recuperaron¹ el proyecto de manera experimental.

Un tiempo después, la también estadounidense Marsha Kinder desarrolló una investigación sobre la obra cinematográfica *Las Tortugas Ninja* y las narrativas resultantes (o no) del proyecto (dibujos, HQ, juegos, videojuegos, camisetas, etc.) a partir del ejemplo de sus propios hijos. La investigación ha generado la teoría de la intertextualidad transmedia en el año 1991, documentada en el libro originalmente publicado bajo el título *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*.

Finalmente, en el año 2001, a partir del pequeño artículo "*Convergence? I diverge?*", Henry Jenkins propone algo sobre narrativa transmedia. Seguramente, el pequeño texto ha creado la visibilidad de Jenkins en la academia al punto de ser equivocadamente considerado por diversos otros autores como el creador de la narrativa transmedia. No lo es, aunque haya sido fundamental para que las narrativas transmedia pasasen a ser observadas como fenómeno de cambio comunicacional social. A Jenkins le debemos ese reconocimiento, muy bien remunerado si consideramos la visibilidad y la valoración económica por sus ideas a partir de eso, registradas en una infinidad de conferencias por todos los continentes y por las obras publicadas a partir del texto, traducidas a diversos idiomas.

Este artículo ofrece resultados preliminares de una investigación que tiene como objetivo

comprender la importancia de la fotografía en la construcción de reportajes de formato largo, una estrategia creciente en el campo del periodismo contemporáneo digital y que tiene como base filosófica de construcción de lenguaje a partir del *transmedia storytelling*. Para tanto, presenta un estudio de caso del reportaje *Líquido e incerto: o futuro dos recursos hídricos no Brasil*², publicado por el periódico brasileño Folha de S.Paulo en su versión digital. Se espera, a partir de los resultados del texto aquí presentado, realizar una aportación al desarrollo del campo profesional y académico.

2. ¿ECOLOGÍA (TRANS)MEDIA?

Los procesos mediáticos, sus dispositivos, sus espacios y la armonía de ellos con la sociedad contemporánea tienen pasado por diversos cambios expresivos desde el inicio del siglo actual. Entre los cambios, podemos destacar la relación interpersonal ahora digitalmente construida y sostenida, la movilidad mediática y dispositiva –donde *smartphones* y *tablets* ocupan espacios cada vez más intensos en el cotidiano ciudadano– y la relación entre sociedad y medios, resultante de contenido mediático y comportamiento humano, lo que justifica la existencia de preguntas sobre esa tríada. En este sentido, el ecosistema mediático, inicialmente desarrollado por el eje Toronto/Nueva York, especialmente por Marshall McLuhan y Neil Postman (Scolari, 2015), pasa a ser drásti-

1. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=-JECd-NZRtAs>. Accedido el 18 de agosto de 2016.
2. Disponible en <https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/>. Accedido el 18 de agosto de 2016.
3. Disponible en <http://arte.folha.uol.com.br/ambiente/2014/09/15/crise-da-agua/index.html>. Accedido en 18 de agosto de 2016.

camente reformulado por una reconfiguración desgobernabilizada, contrariando a la idea de gobierno originalmente propuesto por Michel Foucault (Renó, 2013), donde hay gobernante y gobernados, o sea, el control de la situación por los dominantes, siendo esta cada vez más rizomática⁴ (Weibel, 2007). Weibel se refiere a la definición de Gilles Deleuze, que considera rizoma como:

La definición de Gilles Deleuze sobre rizoma como una red en que cada punto puede ser conectado con cualquier otro, es una descripción precisa de la comunicación en un sistema multiusuario de la internet y los sistemas de texto e imagen derivados de ella. Estos sistemas narrativos y estos guiones tienen cierto carácter algorítmico (Weibel, 2007: 504).

Sin embargo, en este ambiente de cambios y reconfiguraciones, se destacan algunas transformaciones. La primera de ellas es la relación existente entre el ciudadano, los contenidos y los dispositivos mediáticos. Para tanto, adquieren sentido la movilidad estudiada por Marc Augé (2007) y la sociedad individualizada contemporánea propuesta por Zygmunt Bauman (2008), características del humano moderno, adicionada a las mutaciones conceptuales en la ecología mediática originalmente observada por McLuhan y Postman, revisada en los días actuales.

Para tanto, es fundamental entender esa actualización a través de las observaciones compartidas por Paul Levinson (2012) y Lev Manovich (2013), donde la relación entre ciudadano y sus dispositivos digitales se transforma en algo prácticamente orgánico en su interpretación. Además de eso, para estos autores, la distribución/circulación contemporánea, que sería inimaginable para los pioneros investigadores de

la ecología de los medios, ha cambiado de manera expresiva, adicionada a un nivel de participación y colaboración jamás presenciado por la sociedad. Otro cambio expresivo radica en la importancia de la narrativa imagética en los espacios digitales, donde la fotografía se transforma en video, el video que ocupa el espacio antes cubierto por fotografías, o la fotografía ocupando una interface de manera completa y soportada en tecnología *responsive*, adelantando la información a través de la combinación de sus píxeles.

A los cambios aquí apuntados, podemos adicionar lo que me parece que es lo más emblemático: la participación. En el ecosistema mediático ya no existe autor, sino autores (o coautores). Nadie es dueño absoluto de nada pues, sea en el espacio original de la publicación, o en otros espacios y medios, todos tienen su propiedad en los resultados presentados después de su colaboración. Eso ha transformado los procesos, las narrativas y, por supuesto, la jerarquía mediática.

3. EL ESTUDIO DE CASO

El desarrollo del análisis aquí presentado tiene como base el estudio de caso como metodología de trabajo. El objeto de análisis, el reportaje *Líquido e incerto: o futuro dos recursos hídricos no Brasil*⁴ se justifica por la relevancia estructural presentada en esta narrativa. Además, el reportaje reúne diversas características de la narrativa transmedia del modelo denominado "Estructural" (Renó, 2014: 138), es decir, ofrece una navegabilidad limitada y una presentación

4. El concepto de rizoma, aquí adoptado, considera la combinación entre fragmentos de manera infinita, diversificada e independiente de una estructura jerárquica, o sea, conceptos existentes en contenidos esencialmente interactivos.

con *scrollbar* vertical, direccionando la lectura hacia un modelo casi lineal, pero no totalmente de esa manera, puesto que es posible interactuar en sus contenidos internos, escoger entre mirar los videos, las galerías de fotos, la infografía animada, etc. Además de una navegación estructural, el reportaje ofrece cambios de capítulos, es decir, una navegación también horizontal y rizomática en su contenido.

El reportaje tiene como característica esencial el uso de contenido imagético (fotografía y video) como contenido frecuente en la narrativa. Sin embargo, el texto sigue como base de la comunicación, junto a la infografía presentada e incluso un informe estadístico en PDF, algo poco común en el periodismo contemporáneo. Ese tipo de fuente normalmente sirve de base para el desarrollo de la investigación, y no como contenido del reportaje en sí mismo.

Como se ha mencionado, la interfaz del reportaje transmedia es estructural, que consiste en ofrecer el contenido a partir de una navegación desarrollada por *scrollbar*, es decir, por "lectura" cognitiva vertical, prácticamente lineal. La linealidad no es plena porque hay opciones de clic en el camino (los nudos neurales), ha-

ciendo con que se pueda hacer un cambio de dirección. De todas maneras, el reportaje tiene como base inicial la narrativa imagética, a través de la fotografía "de portada".

El reportaje publicado por Folha de S. Paulo y que utiliza el lenguaje transmedia y el periodismo de datos aborda el tema de las reservas de agua en Brasil, empieza con un sobrevuelo sobre unos de los ríos que están secos y que ya no tiene más agua en abundancia como antes. Este reportaje está dividido en 4 capítulos que son: Introducción, Demasiada gente, Demasiada agua y Menos agua.

El equipo del reportaje lo conformaron 6 reporteros que investigaron la sequía en el Estado de São Paulo y en la región semiárida del nordeste y las inundaciones del río Madeira. En la introducción del reportaje hay un video que explica cual es la cantidad de agua en el planeta Tierra y que solo una pequeña parte de ella es potable, es decir, construye como base narrativa del reportaje el video, una tendencia defendida por Renó y Flores (2012), para quienes el uso del video como lenguaje cognitivo para la construcción de noticias será el futuro de la comunicación.



Figura 1. Video sobre el agua en la Tierra (Fuente: Folha de S. Paulo)

En la secuencia del video, fue insertada en el reportaje una infografía que muestra un comparativo del consumo de agua en diversos países. La infografía ayuda la visualización de datos –independientes, pero complementarios–, lo que posibilita una mejor interpretación del principal tema presentado por el reportaje.

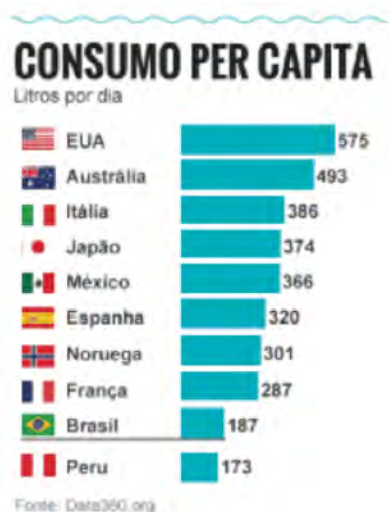


Figura 2. Consumo de agua (Fuente: Folha de S. Paulo)

Un comité de expertos en climatología de Brasil ha presentado proyecciones sobre los probables cambios en las regiones del país. Los impactos se representan en un mapa que contiene círculos para que se haga clic uno a uno y muestre una infografía de la elevación de la temperatura y precipitaciones.

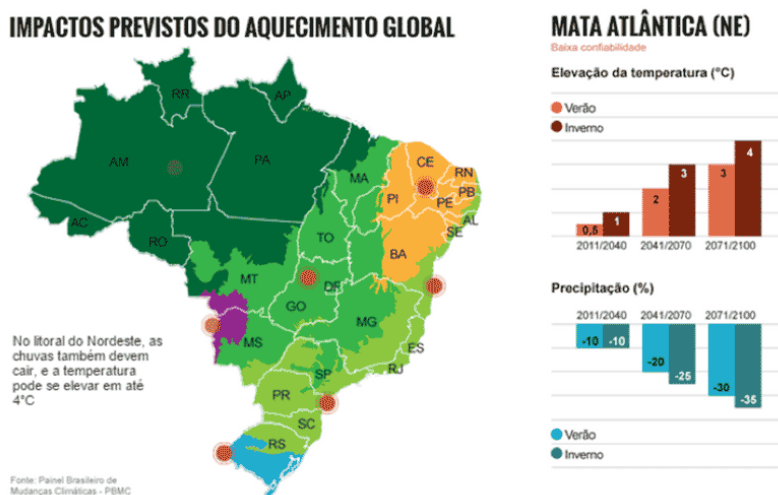


Figura 3. Calentamiento global (Fuente: Folha de S. Paulo)

Se realizó una animación para que sea posible medir la cantidad de agua que se tiene en Brasil haciendo una comparación con las cuencas Amazónicas y del Sudeste del país y con la cantidad de personas que habitan en estas regiones.



Figura 4. Animación (Fuente: Folha de S. Paulo)

En el reportaje, los diseñadores han utilizado una infografía para alertar sobre el consumo excesivo de agua. Aunque sea sencillo, independiente y complementario, esa infografía fue muy visualizada (según los productores, en una conferencia presentada en la Universidad Estadual Paulista–UNESP, el 11 de septiembre de 2015). La estrategia ha alcanzado mejores resultados de lo esperado.



Figura 5. Comparaciones de consumo (Fuente: Folha de S. Paulo)

En el capítulo 2 se discute la gran cantidad de personas que habitan en una sola región. Demasiada gente, la mayor metrópoli brasileña llega al límite. Habla de cómo las ocupaciones irregulares, la deforestación y las malas prácticas agropecuarias agravaron las escasas fuentes de agua de São Paulo. Para demostrarlo más claramente este hecho se utilizaron fotos.



Figura 6. Ocupación irregular (Fuente: Folha de S. Paulo)

Aún en este capítulo, se utilizó el personaje Folhacóptero, como en otro reportaje analizado, para hablar del sistema de aguas llamado *Cantareira*, que abastece la región metropolitana de la ciudad de São Paulo. Cómo surgió, de donde viene el agua, de qué ríos, la cantidad de agua que tiene, qué cantidad se utiliza, etc. Además, para completar el capítulo se utilizan otras infografías, videos y fotos, estos últimos especialmente valorados (figura 7).



Figura 7. Represa Jaguari – Jacaré (Fuente: Folha de S. Paulo)

En la tercera parte de este reportaje, se habla sobre la inundación del río Madeira. Este río es un afluente del río Amazonas. Lluvias anormales causaron problemas para la población local, agravando peleas entre el uso del recurso hídrico en el Estado de Rondônia y dejando olvidadas las usinas Santo Antônio y Jirau.



Figura 8. Página inicial del capítulo 3 (Fuente: Folha de S. Paulo)

El capítulo se completa con un video del testimonio de ciudadanos locales e imágenes de la región, fotos, infografías y una animación. Todo este material deja muy claro lo que pasa con las personas locales y su vida por la inundación que está ocurriendo.

En el último capítulo, el reportaje completa este análisis de distribución hídrica por el país con la discusión de la región nordeste de Brasil, que aún espera la transposición del río São Francisco. Esta transposición transporta el semiárido de los tiempos de la industria de la sequía para la era del hidro-negocio. Este capítulo es enriquecido con infografía, fotos, testimonios en videos, e interactividad con las infografías.

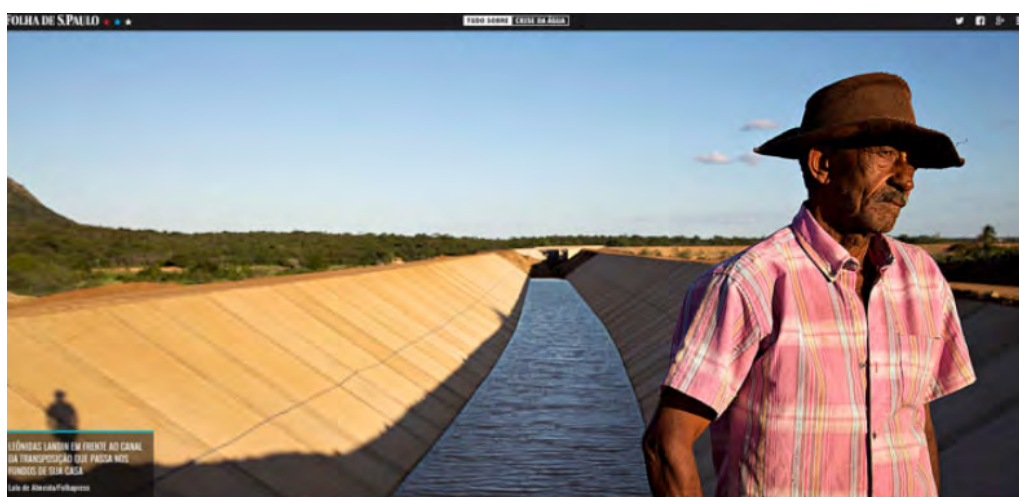


Figura 9. Canal de la transposición (Fuente: Folha de S. Paulo)

Con lo presentado en el análisis, podemos observar que los reportajes transmedia ofrecen participación en la navegación, además de su conexión con medios sociales, lo que representa una reconstrucción de los sentidos a partir de la circulación en sus redes seguidas de comentarios personales. Eso le confiere a la narrativa un alto nivel de reconstrucción de sentido, aunque no represente cambios estructurales. Finalmente, la posibilidad de navegar libremente y a través de una estructura rizomática es sintomática de contenidos interactivos, lo que establece un alto nivel de participación en el consumo de la obra, según conceptos de Manovich (2005). Por esa razón, consideramos el reportaje transmedia *long form* un posible futuro del periodismo contemporáneo, atendiendo a las expectativas de la sociedad en el nuevo ecosistema mediático.

4. CONCLUSIONES

Ha tomado tiempo para que el periodismo transmedia pase a ser una realidad, pero ahora podemos decir que lo es. Y lo que en los primeros debates sobre el tema inspiró ánimos de críticas y suspicacias, en la actualidad concita un amplio consenso en el seno de la academia y del mercado periodístico. En realidad, ha sido la sociedad la que, una vez más, ha definido los parámetros para la construcción de sentido en espacios mediáticos. Esto viene siendo una realidad desde hace años y ahora ha alcanzado probablemente su máximo exponente. Los ciudadanos no quieren más contenidos simples –el *lead* y las seis preguntas tradicionales, contestadas de manera básica. Ahora se exige que esas preguntas se respondan de manera creativa, entretenida, con profundidad y con contenidos que las sustenten frente a la información simple e inmediata. Esta última ya la publican los propios ciudadanos en sus cuentas de medios sociales.

Otra transformación importante se puede observar en las redacciones contemporáneas. En las mejores empresas de comunicación del mundo, la idea de que el periodismo solo lo hacen los periodistas ya no se cumple. Hay que trabajar en conjunto con profesionales de las TIC, matemáticas y investigación social, entre otras especialidades. Solo de esa manera se podrá analizar la gran diversidad de datos obtenidos a partir de las técnicas actuales de investigación, especialmente el *Big Data*, que consiste, básicamente, en que una combinación de datos sucios y limpios ayudan a conocer o comprender la realidad social.

Universidades de diversos países se preocupan por la formación del nuevo periodista, incluso reuniendo en la carrera asignaturas que tienen como objetivo fomentar en la práctica profesional las rutinas relacionadas con la ló-

gica de programación. Obviamente, los niveles de enseñanza, así como la preparación para la práctica, deben ceñirse a las necesidades de aprendizaje por parte del periodista. No es necesario profundizar en los conocimientos de programación. Aún existe un importante desafío relacionado con la formación del periodista contemporáneo. El profesional debe adquirir los conocimientos pertinentes para comprender cuestiones relacionadas con el periodismo y las humanidades, pero también debe ser capaz de desarrollar raciocinios lógicos y definir rutas de programación por medio de códigos binarios y algoritmos. Esas, sin embargo, no son actividades específicas de la labor periodística, pero los profesionales deben conocer

como mínimo sus posibilidades para, a partir de ese punto, definir las rutas en conjunto con los expertos que formen parte de los equipos interdisciplinarios de las redacciones modernas. Queda aún una pregunta a contestar: ¿Cómo preparar el periodista contemporáneo a trabajar en la construcción de narrativas colaborativas, participativas y/o interactivas que ofrezcan contenidos imagéticos como base? Presentamos el desafío.

NOTA

Trabajo financiado por FAPESP – Fundación de Amparo a la Investigación en el Estado de São Paulo bajo proceso número 2016/09276-7.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Madrid: Gedisa.
- Bauman, Z. (2008). *A sociedade individualizada*. São Paulo: Zahar.
- Levinson, P. (2012). *New New media*. Nueva York: Penguin.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Londres/Nueva York: Bloomsbury.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Renó, D. (2014). *Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia*. Irigaray, F., y A. Lovato (Coords.). *Hacia la comunicación transmedia* (p. 133-146). Rosario: UNR Editora.
- Renó, D. (2013). A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística. *Comunicação & Sociedade*, 34, 2, 141-161. doi: <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v34n2p141-161>
- Renó, D. y Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid: Fragua.
- Scolari, C. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). En C. Scolari (ed). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones* (p. 15-44). Barcelona: Gedisa.
- Weibel, P. (2007). *La era de la ausencia*. La Ferla, J. (ed). *El medio es el diseño audiovisual* (p. 135-156). Caldas: Universidad de Caldas.

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

La narrativa hipermedia en el museo. El presente del futuro

***Hypermedia narratives in museums.
The present of the future***

6

ARTÍCULO



Borja Barinaga López

Universidad Francisco de Vitoria de Madrid.

Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor y cofundador del grado de Videojuegos de la Universidad Francisco de Vitoria. Investigador del Grupo Museum I+D+C de la Universidad Complutense de Madrid. Su docencia e investigación se centran en el diseño y la investigación de videojuegos.

Borja@lapevil.com
orcid.org/0000-0002-7177-6506

Isidro Moreno Sánchez

Universidad Complutense de Madrid.

Doctor en Comunicación Audiovisual. Codirector del grupo de investigación Museum I+D+C. Ha sido el responsable de la creación de cinco museos y de unas veinte exposiciones. Su docencia e investigaciones se centran en la comunicación, y en la narrativa y la museografía hipermedia y transmedia. Conferenciante habitual en foros nacionales e internacionales; su tesis doctoral obtuvo el premio internacional Fundesco.

ims@ucm.es
orcid.org/0000-0001-5820-8523

Andrés Adolfo Navarro Newball

Universidad Javeriana de Cali.

Doctor y Magíster en Ciencias de la Computación por la Universidad de Otago, Nueva Zelanda. Lidera la implementación de los sistemas basados en modelos computacionales y TIC del grupo Museum I+D+C, y es miembro del grupo Destino. Director de la carrera de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

anavarro@javeianacali.edu.co
orcid.org/0000-0002-4231-8661

Fecha de recepción: 01 de diciembre de 2016 / Aceptación: 01 de enero de 2017

Resumen

La narrativa hipermedia aleja el museo del templo de las musas y contribuye a acercarlo a todas las personas. Gracias a esta narrativa, el museo *in situ* se hace virtual y ubicuo, y, por medio de los dispositivos móviles, nos acompaña siempre. Pero el museo no utiliza adecuadamente la distintas estructuras que cobijan la narrativa hipermedia, ya que privilegia, casi exclusivamente, la informativa. Por otra parte, no potencia la interactividad con interacción

orientada a la participación y la cooperación de todas las personas. Esta investigación plantea el presente de la narrativa hipermedia en el museo y apunta algunas claves para su necesaria evolución.

PALABRAS CLAVE

Hipermedia móvil, interacción, interactividad, museografía hipermedia, narrativa hipermedia, narrativa transmedia

Abstract

Hypermedia narratives take museums away from the Temple of the Muses and bring them closer to people. Thanks to these narratives, in situ museums can become virtual and ubiquitous and, by means of mobile devices, they are always available. However, museums tend not to use hypermedia narrative structures appropriately, because they almost exclusively favor information structures. Furthermore, museums do not encourage

interactivity with interaction oriented to participation and cooperation. Our research questions the current role of hypermedia narratives in museums and points to the need for change.

KEYWORDS

Hypermedia museography, hypermedia narrative, interaction, interactivity, mobile hipermedia, transmedia narrative

1. INTRODUCCIÓN. LA NARRACIÓN HIPERMEDIA EN EL MUSEO DEL SIGLO XXI

Con la llegada del siglo XXI, se multiplicó la bibliografía anunciando un nuevo museo (Martine, 2006; Starn, 2005; Andermann y Simine, 2012). Hasta un museo inaugurado en Nueva York en 2007 se llama New Museum. En muchos casos, este nuevo museo se refiere exclusivamente a la arquitectura (Newhouse, 1998), predominando el continente sobre el contenido. Giebelhausen (2006) afirma sin ambages:

Sostengo que la arquitectura es el museo: es, precisamente, la configuración arquitectónica quien da sentido al museo. La arquitectura determina las condiciones visuales tanto conceptual como físicamente. La arquitectura no solo configura las exposiciones, sino también nuestra experiencia como visitantes. (2006: 42)

Sudjic (2007: 259), en *Arquitectura del poder*, dice que "Las raíces del museo moderno, por mucho que se relacione con valores progresistas, están en dos de los impulsos humanos más fundamentales, desafiar a la muerte y glorificar el poder. El museo es la síntesis del santuario y

el monumento". El interesante Museo Internacional del Barroco de Puebla (Figura 1), México, de Toyoo Ito, premio Pritzker, inaugurado en 2016 no le lleva la contraria a Sudjic.



Figura 1. Museo Internacional del Barroco, Puebla, México. Fotografía: Isidro Moreno-Sánchez

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el museo buscan, precisamente, alejar al museo del santuario y acercarlo al público (Salgado, 2013; Zhao, Sintonen y Kyanäslähti, 2015; Gombault, Allal-Chérif y Décamps, 2016). Las TIC están presentes en el museo *in situ* y configuran el museo virtual en red fija y móvil. Desde el pionero museo virtual en videodisco del Museo de Orsay (Hatala y Mathieu, 1989) hasta los actuales museos virtuales en red, han pasado solo 27 años y numerosos cambios de soporte y tecnologías *offline* (videodisco, DVI, CD-Rom, DVD) y *online* (Web 1.0, 2.0, 3.0, distintos sistemas operativos móviles...). Estos cambios continuos han generado un deslum-

bramiento tecnológico que, unido al arquitectónico, ha ensombrecido al tratamiento narrativo hipermedia de los contenidos y su adecuada imbricación en las narrativas transmedia que puede —y debería— utilizar el museo. Narrativas denominadas no ficcionales (Gifreu-Castells, 2015) o factuales para diferenciarlas de las ficcionales, acogiéndonos a la definición pragmática de Shaeffer (2012: 1): “La narrativa factual se basa en referencias veraces mientras que la ficcional no”.

La cierta madurez tecnológica que conlleva el concepto *Mobile First + Responsibe Web Design* (pensar primero en la pantalla móvil y que esos

contenidos sirvan para todas las pantallas sin necesidad de realizar adaptación alguna) invita a reflexionar sobre cómo utilizar la narrativa hipermedia en el museo y su reflejo en las distintas pantallas. La narrativa hipermedia (Manovich, 2001; Moreno-Sánchez, 2002) permite una convergencia interactiva de medios al servicio de todas las personas, personas que pueden convertirse en lectoautoras o coautoras de la comunicación cultural que se desprende de piezas y procesos. La narrativa hipermedia cobija estructuras interactivas, informativas, persuasivas y, a veces, dramáticas.

La estructura persuasiva se relaciona con la publicidad, pero cualquier relato debe ser persuasivo para alcanzar sus objetivos. Siguiendo a Aristóteles, hay que tener muy en cuenta quién lo dice, cómo lo dice y qué dice para persuadir a las personas que lo reciben. La estructura dramática consiste en la ordenación de las acciones en una trama (el argumento o disculpa narrativa) y una subtrama (el pensamiento) que creen intriga y sorprendan continuamente a las personas que la reciben. Es la estructura clásica de presentación, desarrollo y desenlace asociada a la ficción; pero la realidad que hay detrás de la cultura, mediante una adecuada narrativización, también puede suscitar interés. Aprender puede ser una aventura.

Para lograr el diálogo que facilitan estas narrativas factuales hay que recordar tres conceptos clave: interactividad, interacción y accesibilidad (Moreno-Sánchez, 2015: 87-107). Interactividad conlleva participación con intermediación tecnológica e interacción se refiere a las relaciones físicas (interacción física) y personales (interacción social). La accesibilidad es imprescindible para que todas las personas puedan disfrutar del museo independientemente de sus limitaciones. La accesibilidad, además de tener en cuenta las limitaciones físicas, sensoriales, cognitivas, tecnológicas y psicosociales

debe cuidar la accesibilidad estética. Si se tiene, por ejemplo, un sentido mermado, hay que potenciar las sinestesias para tratar de transmitir las sensaciones y emociones que puedan verse limitadas por esa disminución sensorial. La narrativa hipermedia es una gran aliada de la accesibilidad, pues, gracias a ella, pueden potenciarse las mencionadas sinestesias. Por ejemplo, si una persona no puede disfrutar de una bella imagen por su limitación visual, la narrativa hipermedia puede utilizar el resto de sustancias expresivas para intentar transmitir sensaciones similares a través del sonido y de explicaciones poéticas en lugar de notariales.

Ateniéndonos a la tecnología, se puede afirmar que el museo virtual es un museo hipermedia, pero si lo analizamos desde el punto de vista de la narrativa hipermedia descubrimos que aún no es una realidad. El museo virtual se basa obligatoriamente en las TIC, pero las utiliza con una mentalidad analógica, centrándose en una estructura informativa básica, olvidándose de su narrativización.

El museo *in situ* utiliza sistemas e instalaciones hipermedia y cada vez más se sirve de los dispositivos móviles para estrechar la comunicación entre el patrimonio material e inmaterial y las personas que lo visitan. Además, gracias a estos dispositivos, el museo sale a la calle y sirve de cordón umbilical del museo *in situ*, de complemento del mismo o se configura como un museo autónomo que no conoce límites. Los *locative media* o medios geolocalizados permiten una narrativa hipermedia en movilidad con interactividad e interacción con tal especificidad que podemos afirmar que el hipermedia móvil se ha convertido en un nuevo medio (Moreno-Sánchez y Navarro-Newball, 2016).

Esta investigación, por tanto, analiza la narrativa hipermedia en el museo *in situ*, en el museo en red y en el museo en movilidad. Dentro del

museo *in situ* se estudiarán las narrativas hipermedia en las instalaciones fijas y la narrativa hipermedia móvil en el propio museo *in situ*.

Somos conscientes de la multiplicidad de temáticas que aborda el museo: arte, ciencias, historia, medioambiente, multidisciplinar..., y las múltiples museografías con las que puede abordarse cada una de dichas temáticas: crítica, de consumo, dialógica, digital, interactiva, museal y sociomuseológica (Rodríguez-Sánchez, 2012: 2). Pero todos los museos usan la narrativa hipermedia en el museo en red, en el museo en movilidad y, cada vez más, en el museo *in situ*.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Gutiérrez-Cillán y Rodríguez-Escudero (2013: 51-54) reflejan la importancia de la metodología descriptiva. Y esas bases descriptivas que generaron esta investigación se encuentran en un proyecto previo que estudia las interactividades e interacciones que se producen o deberían producirse en el museo transmedia. Dicha investigación contó con una amplia muestra de museos de Europa, Asia, América y Oceanía (Moreno-Sánchez, 2015: 87-107).

Esos análisis descriptivos nos han llevado a una exploración centrada en el uso que hace el museo de la narrativa hipermedia en sus variantes *in situ*, en red y en movilidad. Al explorar los usos y compararlos con productos hipermedia avanzados, se revelan las carencias y, utilizando la prospectiva, intentamos plantear soluciones.

Partimos de la hipótesis de que el museo no utiliza adecuadamente la distintas estructuras que cobijan la narrativa hipermedia (interactiva, informativa, dramática y persuasiva), ya que privilegia, casi exclusivamente, la informativa), y, por ende, los elementos del contenido (personajes, espacio, tiempo y acciones) y del dis-

curso (imágenes fijas y en movimiento, sonidos, textos escritos...). Por otra parte, no potencia la interactividad con interacción orientada a la participación y la cooperación de todas las personas independientemente de sus limitaciones.

De ahí que el objetivo principal de la investigación sea plantear cómo la narrativa hipermedia puede contribuir a una comunicación participativa en las distintas versiones del museo. Así puede ampliarse la experiencia museográfica más allá de las paredes del mismo y acompañar a las personas sin ningún tipo de limitación espacio-temporal.

Para alcanzar este objetivo es necesario implicar a las personas de una manera participativa y cooperativa en el conocimiento y disfrute del patrimonio material e inmaterial. La narrativa hipermedia puede ayudar a alcanzar este objetivo, ya que es un pieza clave, aunque no la única, de la comunicación transmedia museal.

3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS

3.1. DE LA BASE DE DATOS INFORMATIVA A LA NARRATIVA

En nuestro grupo de investigación Museum I+-D+C defendemos que la base de datos debe ser el corazón de las distintas versiones que configuran el museo en la cultura digital. Si se analizan museos tan significativos como la National Gallery de Londres, que planteó el primer paradigma de museo virtual, primero *in situ* y luego en CD-Rom, o el Museo del Louvre que, junto con el de Orsay, sistematizó el primer modelo avanzado de museo virtual, primero en CD-Rom y, posteriormente, en red,

se comprueba que los museos utilizan distintas islas digitales sin interconexión entre sí:

- Una base de datos informativa sin elementos multimedia del propio museo casi a imagen y semejanza de las antiguas fichas en papel.
- Una base de datos convertida en museo virtual con una cierta narrativización de los contenidos y algunos elementos multimedia.
- Instalaciones interactivas independientes.
- Sistemas de audioguías y guías hipermedia para ayudar a la visita del museo.
- Aplicaciones para dispositivos móviles de apoyo a la visita del museo.
- Aplicaciones para dispositivos móviles para su utilización fuera del museo.
- Videojuegos basados en los contenidos del museo.

Todos estos productos hipermedia deberían formar un ecosistema digital cuyo corazón sea una gran base de datos narrativa. Mediante la narrativa hipermedia deberían interactuar entre sí y enriquecer cada sistema. El concepto base de datos narrativa no es nuevo (Manovich, 2001), ni exento de polémica (Hayles, 2007), pero parece claro que las bases de datos pueden y deben narrativizarse para ofrecer algo más que información puntual bajo demanda. El objetivo de la web semántica es hacer que los sistemas entiendan los contenidos de una manera similar a la humana y aprovechar la inteligencia colectiva dispersa (Gruber, 2007: 4) y, en el caso de las bases de datos, el conocimiento disperso. Kinder (2016) enfoca sus investigaciones desde hace años en crear nuevos modelos de bases de datos narrativas.

Mediante estructuras narrativas hipermedia inteligentes —o al menos expertas— los datos

pueden narrativizarse para adaptarse a las distintas situaciones que demandan las personas que utilizan los servicios del museo. Todos los contenidos hipermedia deberían ser accesibles en el museo virtual. Algunos de ellos, como los de las instalaciones hipermedia *in situ* necesitan ser adaptados y esa debería ser una práctica habitual. Aunque parezca evidente, no se hace. Se pueden poner infinidad de ejemplos, pero utilizaremos el del Museo del Louvre que nos parece negativamente ejemplar. Las guías multimedia sobre Nintendo 3DS que utiliza el museo muestran a la Victoria alada de Samotracia tridimensionalmente cuando se está frente a la obra real. Ello permite, por ejemplo, poder visualizar la estatua desde distintos puntos de vista, como el cenital, que no pueden hacerse directamente. Ese complemento que es interesante en el museo *in situ*, se hace imprescindible en el museo virtual. Sin embargo, el Museo del Louvre, todavía hoy, sigue presentando en su museo virtual exclusivamente siete fotografías de la estatua desde distintos puntos de vista. Se demuestra que las guías multimedia no tienen conexión alguna con la versión en red y, ni siquiera, se ha preocupado el museo de incluir esa versión tridimensional en el museo virtual.

La narrativa hipermedia utiliza o debería adaptar sus discursos no solo para cada una de las manifestaciones museales, sino para los distintos públicos atendiendo a su edad, a su diversidad funcional y a las circunstancias de la recepción. Los elementos del contenidos de la narrativa hipermedia (personajes, espacio, tiempo y acciones) hechos discurso multimedia interactivo se sirven de sustancias expresivas diversas (textos, vídeo, audio, imagen fija...) para dialogar con las personas aprovechando la interactividad y la interacción. Algunos museos, como el Thyssen-Bornemisza de Madrid, ofrecen versiones virtuales para niñas y niños. El British Museum dispone de distintas guías

multimedia que intentan reflejar los distintos públicos: adultos, familias, personas con discapacidad auditiva y personas con discapacidad visual.

Nos parece que la narrativización de las bases de datos es uno de los grandes retos a los que se enfrenta la narrativa hipermedia y no solo en el museo. Para lograrlo, se necesita una nueva visión de la narrativa hipermedia aplicada a lo que se ha dado en llamar humanidades digitales (Berry, 2012; Dalbello, 2011).

3.2. LA NARRATIVA HIPERMEDIA EN EL MUSEO *IN SITU*

Hasta la cierta eclosión de los sistemas interactivos a partir de la década de los años 90 del siglo pasado (Griffiths, 2004: 376), el modelo que predominaba en el museo era el descriptivo. La

tecnofobia de los primeros tiempos pronto fue sustituida por una eufórica tecnofilia y la modernidad del museo se medía por el número de ordenadores que había en sus salas. Pero la mayoría de estos sistemas interactivos eran y siguen siendo puramente informativos, casi notariales, ausentes de una narrativa que atraiga a los visitantes y que integre esos sistemas en una museografía transmedia. Sorprende que un museo inaugurado en 2016, como el mencionado Museo Internacional del Barroco, incorpore unos sistemas hipermedia (Figura 2), basados exclusivamente en la interactividad, que responden a un paradigma caduco tanto en su forma de presentación (pantalla táctil) como en sus contenidos, carentes de una narrativa hipermedia atractiva. Por otra parte, como puede verse en la parte superior derecha de la figura 2, la precariedad de sus conexiones conlleva un cierto peligro, pues el público infantil pueda tocarlas y recibir una descarga eléctrica.



Figura 2. Sistemas hipermedia del Museo Internacional del Barroco, Puebla, México. Fotografía: Isidro Moreno-Sánchez

La narrativa hipermedia tiene la responsabilidad de generar empatía con los visitantes y así incentivar el aprendizaje y la diversión en el museo. Es lo que se ha dado en llamar modelo apropiativo (Davies, 2013).

En numerosas ocasiones hemos abogado por la tecnología invisible o transparente al servicio

de los contenidos y de las personas. Cuando casi cada persona lleva un potente ordenador en el bolsillo, no tiene sentido incluir ordenadores en el museo. Sí parece adecuado, sin embargo, ofrecer sistemas inmersivos especiales que pueden integrar lo real y lo virtual. Sistemas capaces de generar experiencias alrededor de los contenidos del museo.

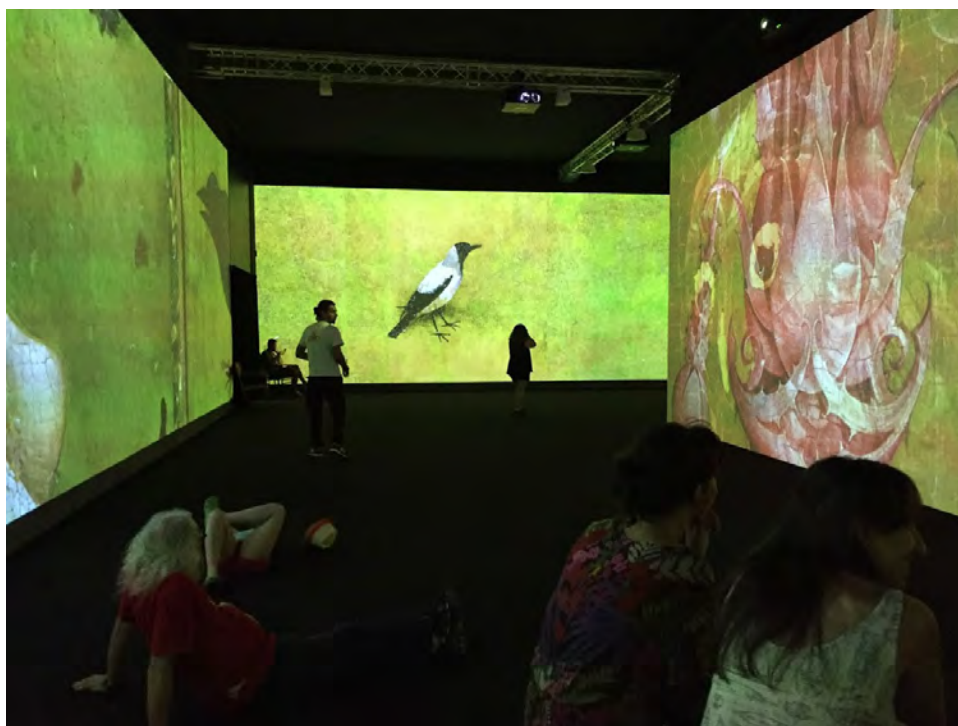


Figura 3. Sistema audiovisual envolvente sobre el *Jardín de las Delicias* de El Bosco, Museo del Prado. Fotografía: Isidro Moreno-Sánchez

En la exposición sobre El Bosco (Silva, 2016), el Museo del Prado incorporaba una gran instalación audiovisual envolvente, *Jardín infinito* (Perdices y Sanz, 2016), por la que podían pasear las personas que visitaban la exposición (Figura 3). Un cubo central con imágenes del *Jardín de las Delicias*, dentro de otro gran espacio con proyecciones en todas las paredes, también del mismo cuadro, permitía interactuar –que no interactuar– con las impactantes imágenes de El Bosco. Un espacio narrativo en el que los personajes de El Bosco son los protagonistas mostrando la intemporalidad de la obra y la

fascinación que sigue provocando. Un discurso audiovisual contemporáneo que invita a entrar en el espacio pictórico a través de ese paseo que podía realizarse por el espacio generado por las imágenes del cuadro.

Otro museo tradicional de pintura, como el Thyssen cerraba la exposición sobre Renoir (Solana, 2016) con la instalación *Un hermoso jardín abandonado* para intentar transmitir multisensorialmente el universo de Renoir. Basada en el cuadro *Mujer con sombrilla en un jardín*, se presentaba una versión táctil (Figura 4) que no solo era útil para las personas con discapacidades visuales, sino para todas aquellas que desearan sentir el cuadro entre sus dedos. Se recreaban distintos olores del jardín y el suelo

simulaba la hierba, a la vez que se recreaba el ambiente sonoro. Hay que destacar que la audiodescripción del cuadro iba más allá del retrato descriptivo que suele hacerse e intentaba transmitir sensaciones y emociones. Nosotros defendemos que pensar en la accesibilidad nos beneficia a todas las personas y este es un claro ejemplo. Además, se nos invita a cultivar todos los sentidos, no solo la vista y el oído. Doble espacio (el del cuadro y el que simula las sensaciones del cuadro), dobles personajes (la mujer del cuadro y las personas que lo visitan), dobles acciones (las acciones que vivió Renoir y que ahora tratan de revivir las personas que visitan la exposición), en un tiempo que también se desdobra para que pueda ser compartido con Renoir.



Figura 4. Cuadro táctil de *Mujer con sombrilla en un jardín* de Renoir, Museo Thyssen. Fotografía: Isidro Moreno-Sánchez

En los dos ejemplos que se han puesto predomina la interacción y no se produce interactividad, luego no se da una narrativa hipermedia. Se utilizan elementos multimedia, pero no de una manera interactiva; sin embargo reflejan ese nuevo acercamiento de los museos tradicionales a nuevas narrativas que configuren un discurso transmedia.

En las instalaciones hipermedia en el museo, para alejarlas de la simple aplicación en un ordenador que cualquiera puede tener en su hogar, es importante que se produzca interactividad con interacción y que se conjuguen realidad con virtualidad. Todavía sigue vigente la taxonomía de Milgram, Takemura, Utsumi y Kishino (1995: 283) en la que trazan una línea que va desde el entorno real al entorno absolutamente virtual (realidad virtual) y en medio: la virtualidad aumentada (predomina lo virtual sobre lo real), la realidad aumentada (predomina lo real sobre lo virtual) y la realidad mixta (queda balanceado lo virtual y lo real).

Se trata de ofrecer una experiencia distinta que atraiga a las personas visitantes. La narrativa hipermedia en estos casos, al no contar con las limitaciones que supone atenerse a las normas de la difusión masiva, dispone de elementos diferenciadores para hacer más atractivos y efectivos estos sistemas y realizar combinaciones novedosas entre virtualidad y realidad:

- La interactividad puede completarse con interacciones físicas (interfaces por gestos, interfaces físicas con objetos del propio museo...) e interacciones personales (puestos multiusuario, distintos puestos que se relacionan entre sí...).
- El espacio del museo puede combinarse y/o sustituirse por otros espacios virtuales que contextualicen piezas y procesos, ya que piezas y procesos quedan descontextualizadas en el museo.

- Es posible transformar el tiempo y viajar por él para comprender la historia y relacionarla con el presente.
- Las acciones que protagonizaron las piezas en relación con los personajes que las llevaron a cabo pueden revivirse para ser compartidas con los personajes que interactúan e interaccionan con el sistema. Por otra parte, personajes virtuales pueden insertarse en espacios reales utilizando técnicas como Pepper's Ghost (Brooker, 2007) o simulación holográfica (Figura 5).
- Los estrechos límites del marco (pantalla) se difuminan y pueden ampliarse con imágenes extraterritoriales, aquellas que están fuera del territorio del marco de la pantalla. Por ejemplo, la maqueta en la que se integran los personajes virtuales utilizando la mencionada técnica de simulación holográfica (Figura 5).

En la figura 5 puede observarse como el fantasma de Garnier (arquitecto de la Ópera de París) se mueve por la maqueta real del Palacio Recreo de las Cadenas de Jerez, obra construida por su discípulo Ravel y parece que diseñada por él mismo. Ese juego de fantasmagorías en una instalación interactiva del Museo del Arte Ecuéstre de Jerez ubicado en el mencionado palacio, se aprovecha para explicar esa singular obra y plantear las dudas que existen sobre su autoría.



Figura 5. Sistema hipermedia con la técnica Pepper's Ghost del Museo del Arte Ecuéstre de Jerez. Fotografía y autoría de la instalación: Isidro Moreno-Sánchez

Para explicar un casco de guerra de la cultura Tlingit (Hollinger, John, Jacobs, Moran-Collins, Thome, Zastroa,... Rossi, 2013), en el museo de América hicimos un prototipo experimental con una réplica del casco y dicha réplica se utiliza como interfaz física. Para conocer el casco se sitúan las distintas caras frente a la pantalla y, por medio de realidad aumentada, se van explicando. Como un casco es para la cabeza, una vez conocidas sus características, se invita a la persona que está interactuando e inte-

raccionando con el casco a que se lo ponga. Una vez puesto, la persona se transforma en un avatar de un guerrero Tlingit (Moreno-Sánchez, Prakash, Loaiza, Lozada y Navarro-Newball, 2015) que se está vistiendo para la guerra y, una vez preparado, debe luchar, invitando a las personas que participan a que reflexionen sobre los sinsentidos de la guerra. La parte de la batalla es un videojuego en el que la interfaz es el propio cuerpo (Figura 6). Los videojuegos en el museo se estudian al final del artículo.



Figura 6. Prototipo hipermedia del grupo Museum I+D+C en el Museo de América de Madrid que mezcla realidad aumentada con avatares sobre un casco Tlingit. Fotografía: Juan Carlos Montes

Además de estas instalaciones fijas, los sistemas móviles propician una narrativa hipermedia móvil utilizando en la pantalla del dispositivo un completo y complejo discurso hipermedia aprovechando las interacciones físicas que facilitan estos dispositivos y sus posibilidades de geolocalización. Muy fructífero resulta acudir a la virtualidad aumentada, la realidad aumentada y la realidad mixta para insertar, por ejemplo, la pieza real en un ambiente virtual que la contextualice. Muchas de las características narrativas que se han explicado para los sistemas hipermedia fijos pueden desarrollarse en movilidad. Además, estas aplicaciones móviles pueden acompañar a las personas más allá del museo para no romper el nexo con el mismo, formando parte del museo en red o museo virtual.

3.3. LA NARRATIVA HIPERMEDIA EN EL MUSEO EN RED

Salvo excepciones (Sylaiou, Mania, Karoulis, y White, 2010), el museo virtual se reduce a los límites de la pantalla. Aunque existen museos

virtuales autónomos (Giaccardi, 2006), nos vamos a referir, sobre todo, a aquellos que parten de un museo *in situ*. Además de las informaciones referidas al museo físico, el museo virtual, por lo general, se limita a recrear el museo *in situ*. El museo en red, como clon virtual del museo físico, es el paradigma que han seguido la mayoría de los museos. La narrativa se centra en la reconstrucción espacial de las distintas salas con imágenes 360° (Figura 7) con un discurso, casi exclusivamente, basado en la palabra escrita y/o hablada de acompañamiento como si se tratase de una audioguía del museo real. Pero el espacio es un elemento de la narrativa que debe contener unos personajes que realizan unas acciones en un determinado tiempo. Las obras descontextualizadas en el tiempo son los únicos personajes y no se producen acciones de ningún tipo, salvo las sugeridas por el texto hablado o escrito que las acompañan. Estos espacios museales también podrían ser un lugar de encuentro de visitantes virtuales personificados en avatares. Por otra parte, el museo en red constituye una isla limitada por unas paredes virtuales tan opacas como las del museo *in situ*.



Figura 7. Imagen 360 del tour virtual de la National Gallery de Londres.

Gracias a las exposiciones temporales, los museos completan, complementan y contrastan sus obras con las de otros museos del mundo; sin embargo, los museos en red también mimetizan esta actividad y no se preocupan, por ejemplo, de unir a su colección otras obras del mismo autor de otros museos, de coleccionistas... ¿Por qué no se ponen de acuerdo los distintos museos que tienen, por ejemplo, obras de El Greco para presentar en sus museos virtuales toda la obra del mismo? ¿Por qué ceñir la narrativa exclusivamente al espacio del museo representado?

Desarrollar una narrativa factual en el museo en red requiere, primeramente, considerarlo de verdad un museo con recursos humanos y materiales significativos en lugar de una simple página web equivalente a un catálogo virtual. La narrativa hipermedia facilita seguir el rastro de las piezas en el tiempo, en el espacio a través de unas acciones que muestren las interacciones de las mismas con otras piezas, con los personajes que las crearon, que las adquirieron, que las admiraron... y trasladar ese diálogo a las personas que interactúan con el museo virtual. Producir una apropiación del museo es el reto de la narrativa hipermedia en todas las variantes *in situ* y en red fija y móvil. Y para lograr esa empatía con las personas que interactúan, es fundamental que el grado de participación vaya más allá de la pura selección, como si de un índice se tratase, y puedan realizarse transformaciones en el relato e, incluso, construcciones y reconstrucciones.

3.4. LA NARRATIVA HIPERMEDIA EN EL MUSEO EN MOVILIDAD

Hélio Oiticica afirmaba que “el museo es el mundo” (Oiticica, 2011). Él dejó su estudio para

crear en la calle, para estar en contacto con la vida, especialmente en la fabela Mangueira. Gracias a la tecnología móvil, Hélio Oiticica puede volver a la calle y de hecho estamos desarrollando una investigación con el museólogo Paulo Sá titulada *Hélio Oiticica volta à rua*. Y vuelve a la calle gracias a las narrativas hipermedia aplicadas a la realidad aumentada, al *walking cinema*, al *walking audio*, al *geocaching*...

El museo en movilidad puede conectarse con el museo *in situ* para contextualizar piezas y procesos en los espacios que se crearon, en los espacios para los que fueron creados; pero también puede ser autónomo y desvelar la cultura material e inmaterial que hay tanto en los entornos urbanos (Rocca, 2013) como en los naturales. Gracias a la mezcla de realidad y virtualidad (virtualidad aumentada, realidad aumentada y realidad mixta) personajes, espacio, tiempo y acciones virtuales pueden interactuar e interaccionar con el espacio, el tiempo, las acciones e, incluso, con los personajes reales. Rukzio, Broll, Leichtenstern y Schmidt (2007), desde la tecnología, apuntan la importancia de la interacción móvil con el mundo real.

El discurso del museo en movilidad puede utilizar todos los elementos multimedia e imbricarlos con los elementos reales. El reducido marco de la pantalla se amplía al ancho mundo para desvelar lo visible y lo invisible, aunque la realidad del museo en movilidad suela reducirse, como en el London Street Museum, a superponer fotografías antiguas sobre los espacios actuales. Comparando cualquier museo en movilidad con aplicaciones de videojuegos como *Pokémon Go* es fácil deducir la deficiente narrativa que suelen incorporar las aplicaciones museales. El reto de las narrativas hipermedia factuales es intentar, sin perder el rigor, ser tan atractivas como las ficcionales.

3.5. VIDEOJUEGOS Y MUSEO. UNA FRUCTÍFERA Y COMPLEJA UNIÓN

Teniendo en cuenta que el videojuego es un paradigma de interactividad e interacción (interfaces por gestos, cooperación, movilidad...) y, además, es el medio de mayor crecimiento en la industria de la comunicación, es interesante su uso dentro de los espacios museísticos, aunque esto entrañe enormes retos.

El videojuego es la evolución de una tecnología muy antigua, la del juego tradicional, que se unió desde muy temprano a la evolución de la arquitectura de las computadoras. Por ello, no es de extrañar que el juego sea el motor que ha hecho que la tecnología digital mejore exponencialmente, año tras año (Barinaga-López, 2010).

Lo que sí es nuevo son las formas de entender el mundo que nos rodea y los mundos de ficción que en los jóvenes videojugadores se están manifestando. Estas nuevas generaciones conciben la propia realidad de su entendimiento a través del filtro de la tecnología del momento (Gee, 2007).

El punto crítico para poder aplicar el videojuego al ámbito del museo es, sin lugar a dudas, entender que se puede contar a través de un juego. Y se podrían deducir una serie de limitaciones estructurales, a nivel de las propias mecánicas del videojuego.

Dentro del videojuego encontramos varios tipos de retos básicos, que no tienen por qué manifestarse de una forma pura, sino que en algunos casos los podemos encontrar en mayor o menor medida dentro de la experiencia de la partida. Algunos de ellos son los retos de habilidad, de estrategia, de puzzles, sociales, exploratorios y creativos (Brathwaite y Schreiber, 2009).

Conseguir que funcionen las dinámicas de las narrativas hipermedia de cada tipología de juego, para generar una partida emocionante dentro de un contexto encorsetado por las exigencias en el ámbito del museo, es algo tremendamente complejo.

Dentro del marco de nuestras investigaciones, se podrían enumerar algunos de los problemas a superar a la hora de introducir el videojuego dentro del museo:

- El tiempo de experimentación con el sistema.
- El público objetivo y sus diferentes demandas con respecto a la precisión, cuantía y estética de la información suministrada.
- La información textual, gráfica o sonora que precise transmitir el museo. Y su naturaleza práctica o teórica.

Teniendo en cuenta algunas características básicas del juego, podemos establecer los principales retos a la hora de realizar un videojuego para el museo:

- a) El relato. El relato tal y como lo conocemos en el cine o la literatura no se presenta de la misma forma en el juego. En el juego la información suele aparecer mediante pequeñas píldoras narrativas que pueden estar asociadas a los encuentros, ítems y fases de la partida. La información narrativa literal que se puede transmitir es:
 - Limitada: no se puede integrar mucha información en la partida. El videojuego es un modelo, una abstracción de una realidad (Gee, 2008), por lo que su información más rica no es precisamente la literal.
 - Puede ser desordenada: ya que el orden de los encuentros puede depender de las interacciones del jugador.

- Es independiente de las mecánicas de juego: es decir, una misma mecánica de juego puede ser envuelta con diferentes contextos informativos. La información en sí misma no es fundamental para que la experiencia del jugador sea divertida.
- b) La simulación. La simulación es la herramienta más eficaz para inculcar ciertos conocimientos profundos y prácticos de un sistema (Mitchel y Savill-Smith, 2004); pero la simulación conlleva varios problemas en el marco del museo:
- Es un tipo específico de juego: es una tipología dentro de las muchas que tiene el juego, por ello no gusta por igual a todos los perfiles de jugadores.
 - No es una simulación científica: aunque el diseño de sus mecánicas sigue un proceso idéntico, el videojuego persigue en último término la diversión en la experiencia. Por lo que tiende a primar la experiencia sobre el contenido.
- c) El tiempo. El Tiempo de las partidas limita los géneros de videojuegos posibles dentro del museo. Se podrían dar dos casos. El juego que se experimenta fuera del recorrido del museo, por ejemplo, dentro de su web. En este caso, el tiempo no es un factor relevante. Pero, sin embargo, en la integración de una instalación dentro del recorrido del museo el tiempo es un factor primordial, ya que no puede ser excesivo para permitir una experiencia fluida para distintos visitantes.
- d) La expectativa. La expectativa de las personas jugadoras con respecto a lo que entienden que es un videojuego es muy alta, pues muchas han tenido contacto desde muy pequeñas con grandes producciones dentro de la industria. Estamos aquí ante una gran barrera, ya que cualquier obra que no cumpla unos requisitos básicos en su factura y narrativa hipermedia puede ser ignorada por el público más joven.
- e) Las mecánicas. Las mecánicas de información literal transmisible son menores a la que se puede hacer llegar mediante un relato tradicional. Sin embargo, la experiencia de inmersión y la información de tipo estratégico, espacial, abstracto y lógico, es de una muy alta calidad. Los juegos no sólo replican la forma de nuestro pensamiento científico, sino que expresan y transmiten mejor que ningún otro medio tecnológico los mecanismos de funcionamiento de nuestra mente (Gee, 2007). Se podría decir que los videojuegos transmiten de forma más eficaz y a corto plazo un pensamiento lógico y científico. Y en el contexto de las ciencias sociales, las historias y temáticas, crean a largo plazo un fecundo interés dentro de los jugadores (Alamri, 2016).
- f) Ética y Rol. Asumir un rol en un mundo virtual puede implicar ciertas contradicciones éticas. Todavía no tenemos clara la razón de ciertas decisiones morales por parte de los jugadores (Krcmar y Cingel, 2016). Existe también la idea de que el juego puede dejar de ser emocionante si se introducen elementos educativos demasiado rígidos, ya que una de las características del juego es la posibilidad de transgredir; el juego tiene por naturaleza un alto grado de subversión (Sqire, 2005).

Aunque las dificultades para crear videojuegos en el campo de los museos son muchas, en esta búsqueda de soluciones no se debe olvidar que el juego tiene como objetivo último hacer vivir una experiencia emocionante y divertida. Buscar en el videojuego la fórmula perfecta para transmitir conocimiento en el ámbito del museo no es algo realista. El videojuego es tan

solo una herramienta más dentro de nuestros procesos de aprendizaje.

En el museo en red y en el museo en movilidad, sin embargo, desaparecen las limitaciones temporales, aunque no las referidas a los contenidos.

4. CONCLUSIONES

Los nuevos museos nos recuerdan que no estamos tan lejos como pensamos del templo de las musas y que el continente sigue predominando sobre el contenido. Los nuevos edificios museales continúan siendo iconos al servicio del poder en lugar de al servicio de las narrativas culturales que deben desarrollarse en su interior.

Estamos –siendo algo optimistas– en el presente del futuro de la narrativa hipermedia en el museo, pues es el principio de la tecnología masiva relativamente asequible y accesible. Hemos vivido en una inmadurez tecnológica y por eso los sistemas, en lugar de estar integrados, suelen estar fragmentados. Estamos el inicio de una tecnología más autónoma, con interfaces mimético-naturales, con una balbuente presencia de la inteligencia artificial y con tecnologías menos invasivas al servicio de los contenidos y de la narrativa hipermedia. La mercadotecnia se encarga de que no decaiga el deslumbramiento tecnológico, de ahí la importancia de actuar como prosumidores críticos, responsables y conocedores de las posibilidades narrativas de las TIC. Pero el cambio tecnológico es irrelevante si no va acompañado de una nueva mentalidad orientada a la apertura del museo, a la participación, a la cooperación y a la interactividad con interacción física y social.

No existe un ecosistema digital (una gran base de datos narrativa e hipermedia) en el museo,

sino una serie de islas digitales (sistemas hipermedia, guías y audioguías multimedia, y aplicaciones móviles en el museo *in situ*; museo virtual y museo en movilidad) sin conexión entre sí. Ese es el primer gran reto del museo, crear un ecosistema digital que integre todos los sistemas multimedia y los comparta. Ecosistema inseparable de unos desarrollos narrativos capaces de crear empatía con los visitantes para que hagan suyos el museo y sus contenidos.

Hay que potenciar la interactividad con interacción física y social para humanizar la tecnología y ponerla al servicio de los contenidos, teniendo siempre presente la accesibilidad universal. Hay que recordar que es fundamental utilizar todo tipo recursos narrativos capaces de crear sinestesias para que las personas con cualquier tipo de diversidad funcional disfruten de piezas y procesos plenamente, lo que denominamos accesibilidad estética.

Integrar los videojuegos en el ecosistema digital para simular experiencias y aprender divirtiéndose es un reto ineludible que debe afrontar la narrativa hipermedia factual. Para alcanzarlo se deben tener muy presente los principios de la narrativa ficcional y el rigor que debe acompañar siempre a la narrativa factual. Por otra parte, el museo puede ser inspirador de procesos ficcionales tanto en los contenidos como en la expresión discursiva, dejando claro que es una inspiración no una recreación científica.

La narrativa hipermedia debe imbricarse en la narrativa transmedia museal para estar al servicio de las personas e invitar e incitar a que estas sean las verdaderas protagonistas de la experiencia museográfica.

Nota

Esta investigación, especialmente en lo referido a las bases de datos narrativas, se enmarca dentro del I+D del Programa Estatal de

Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia del Ministerio de Economía y Competitividad titulado "Investigación histórica y representación digital accesible. El patrimonio artístico durante la Guerra Civil y la posguerra" (HAR2014-53939-P) (<http://pgp.ccinf.es/PGP/#/>)

del que son Investigadores Principales Arturo Colorado Castellary e Isidro Moreno Sánchez. Los autores del artículo forman parte activa de la misma como componentes del grupo Museum I+D+C (www.ucm.es/gi5068).

5. BIBLIOGRAFÍA

- Alamri, A. (2016). Should Video Games Be Included in the Learning Process? *International Journal of Education*, 8(1), 23-33. doi: <http://dx.doi.org/10.5296/ije.v8i1.8388>
- Andermann, J., y Simine, S. A. (2012). Memory, Community and the New Museum. *Theory, Culture & Society*, 29(1), 3-13. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0263276411423041>
- Barinaga-López, B. (2010). *Juego. Historia, teoría y práctica del diseño conceptual de videojuegos*. Madrid: Alesia Games.
- Berry, D. M. (Ed.) (2012). *Understanding Digital Humanities*. London: Palgrave Macmillan.
- Brathwaite, B., y Schreiber, I. (2009). *Challenges for Game Designers*. Boston: Course Technology.
- Brooker, J. (2007). The Pollytechnic Ghost. Pepper's Ghost, Metempsychosis and de Magic Lantern at the Royal Polytechnic Institution. *Early Popular Visual Culture*, 5(2), 189-206. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17460650701433517>
- Dalbello, M. (2011). A genealogy of digital humanities. *Journal of Documentation*, 67(3), 480-506. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/00220411111124550>
- Davies, S. (2013). Constituting Public Engagement: Meanings and Genealogies of PEST in Two U.K. Studies. *Science Communication*, 35(6), 687-707. <http://dx.doi.org/1177/1075547013478203>
- Gee, J. P. (2008). *Learning and Games. The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*. Cambridge: The MIT Press. 21-40. doi: <http://dx.doi.org/10.1162/dmal.9780262693646.021>
- Gee, J. P. (2007). *Good Video Games + Good Learning*. New York: Peter Lang.
- Giaccardi, E. (2006). Collective Storytelling and Social Creativity in the Virtual Museum: A Case Study. *Design Issues*, 22(3), 29-41. doi: <http://dx.doi.org/10.1162/desi.2006.22.3.29>
- Giebelhausen, M. (2006). The Architecture is the Museum. En J. Marstine (Ed.). *New Museum. Theory and Practice* (pp. 41-63). Oxford: Blackwell Publishing.

- Gifreu-Castells, A. (2015). Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa. *Obra digital*, 8, 14-39. Recuperado de <https://goo.gl/bH3vzt>
- Griffiths, A. (2004). Media Technology and Museum Display: A Century of Accommodation and Conflict. En D. Thorburn and H. Jenkins (Eds.). *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*. Cambridge, Massachusetts: The Mit Press.
- Gombault, A., Allal-Chérif, O. Y Décamps, A. (2016). ICT adoption in heritage organizations: Crossing the chasm. *Journal of Business Research*, 69(11), 5135-5140. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.093>
- Gruber, T. (2008). Collective knowledge systems: Where the social web meets the semantic web. *Web semantics: science, services and agents on the World Wide Web*, 6(1), 4-13. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.websem.2007.11.011>
- Gutiérrez-Cillán, J., y Rodríguez-Escudero, A. I. (2013). Tipos de investigación científica. En F. J. Saravia Sánchez (Coord.). *Métodos de investigación social y de la empresa* (pp. 47-66). Madrid: Pirámide.
- Hatala, A. y Mathieu, C. (1989). *Orsay Videodisque*. París: Oda (Videodisco).
- Hayles, N. K. (2007). Narrative and database: natural symbionts. *PMLA*, 122(5), 1603-1608. Recuperado de <https://goo.gl/3Xk8pf>
- Hollinger, R. E., John, E., Jacobs, H., Moran-Collins, L., Thome, C., Zastroa, J.,... Rossi, V. (2013). Tlingit-Smithsonian Collaborations with 3D Digitization of Cultural Objects. *Museum Anthropology Review*, 7(1-2), 201-253. Recuperado de <https://goo.gl/XxWMQE>
- Kinder, M. (2016) *The Labyrinth Project. Databases Narrative*. Recuperado de <https://goo.gl/5MXky2>
- Krcmar, M., y Cingel, P. D. (2016). Moral Foundations Theory and Moral Reasoning in Video Game Play: Using Real-Life Morality in a Game Context. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 87-103. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2015.1127246>

- La Rocca, R. A. (2013). Tourism and City. Reflections about Tourist Dimension of Smart City. *TeMA. Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 6(2), 201-213. doi: <http://dx.doi.org/10.6092/1970-9870/1483>
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press
- Marstine, J. (ed.) (2006). *New Museum. Theory and Practice*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Milgram, P., Takemura, H., Utsumi, A., y Kishino, F. (1995). Augmented Reality: A class of displays on the reality-virtuality continuum. En Proc. SPIE 2352, Telemanipulator and Telepresence Technologies (pp. 282-292). doi: <http://dx.doi.org/10.1117/12.197321>
- Mitchel, A., y Savill-Smith, C. (2004). *The use of computer and videogames for learning. A review of the literature*. London: Learning and Skills Development Agency.
- Moreno-Sánchez, I. (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Zer*, 20(38), 87-107. Recuperado de <https://goo.gl/yVAsUA>
- Moreno-Sánchez, I. (2002). *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia*. Barcelona: Paidós.
- Moreno-Sánchez, I., y Navarro-Newball, A. A. (2016). El hipermedia móvil como nuevo medio y su protagonismo en la creación transmedia. *Kepes*, 13(13), 145-170. doi: 10.17151/kepes.2016.13.13.8
- Moreno-Sánchez, I., Prakash, E., Loaiza, D. F., Lozada, D. F., Navarro, A.A. (2015). Marker-less feature and gesture detection for an interactive mixed reality avatar. En *Signal Processing, Images and Computer Vision (STSIVA)*, 2015 20th Symposium (pp. 1-7). Bogotá, Colombia. doi: <http://ieeexplore.ieee.org/document/7330433/?reload=true&arnumber=7330433>
- Newhouse, V. (1998). *Towards a New Museum*. New York: The Monacelli Press.
- Oiticica, C. (2011). *Helio Oiticica: museu e o mundo*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial.
- Perdices, A., y Sanz, A. (2016). *Jardín infinito* (videoinstalación inmersiva). Madrid: Museo del Prado.
- Rodríguez-Sánchez, K. (2012). Las musas del siglo XXI: indicios del cambio educativo museal. *Revista de Actualidades Investigativas en Educación*, 12(2), 1-15. doi: <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v12i2.10285>

- Rukzio, E., Broll, G., Leichtenstern, K. y Schmidt, A. (2007). Mobile Interaction with the Real World: An Evaluation and Comparison of Physical Mobile Interaction Techniques. En B. Schiele, H. Gellersen, B. de Ruyter, M. Tscheligi, R. Wichert, E. Aarts y A. Burchmann (Eds.). *Ambient Intelligence*. Heidelberg, Germany: Springer.
- Salgado, M. (2013). Museums as Living Labs Challenge, Fado or Opportunity. *The Journal of Community Informatics*, 9(3). Recuperado de <https://goo.gl/8wy-3dr>
- Schaeffer, J. M. (2012). Fictional vs. Factual Narration. *The living handbook of narratology*. Recuperado de <https://goo.gl/szrlWG>
- Silva, E. (2016). *El Bosco. La exposición del V centenario*. Madrid: Museo del Prado. Recuperado de <https://goo.gl/sYdW9E>
- Solana, G. (2016). *Renoir: intimidad*. Madrid: Museo Thyssen-Bornemisza.
- Squire, K. (2005). Changing the Game: What Happens When Video Games Enter the Classroom? *Innovate. Journal of Online Education*, 1(6). Recuperado de <https://goo.gl/X1mRjG>
- Starn, R. (2005). A Historian's Brief Guide to New Museum Studies. *The American Historical Review*, 110(1), 68-98. doi: 10.1086/531122
- Sudjic, D. (2007). *La arquitectura del poder. Cómo los ricos y poderosos dan forma a nuestro mundo*. Barcelona: Ariel.
- Sylaiou, S., Mania, K., Karoulis, A., y White, M. (2009). Exploring the relationship between presence and enjoyment in a virtual Museum. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68(5), 243-253. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhcs.2009.11.002>
- Zhao, P., Sintonen, S. y Kyanäslahti, H. (2015). The pedagogical functions of arts and cultural-heritage education with ICTs in museums – a case study of FINNA and Google Art Project. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 12(1), 3-15. doi: <http://dx.doi.org/10.1260/2047-4970.4.1.103>

OBRA

revista de comunicación

DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña
Universidad del Azuay

Activismo Transmedia. Narrativas de participación para el cambio social

Transmedia activism. Participatory narratives for social change.

7

ARTÍCULO



Pedro Ortuño Mengual

Doctor en Bellas Artes por la Universidad Politécnica de Valencia.

Profesor Titular en el área de escultura de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Murcia. Combina su labor docente, artística y de investigación con el comisario de exposiciones audiovisuales. Es director de la revista académica *Arte y Políticas de Identidad*. Su investigación cuestiona el papel de los medios de comunicación y su relación con las identidades transnacionales y periféricas. Ha participado como investigador e IP en varios proyectos de I+D relacionados con políticas de identidad y el cine/vídeo underground.

pedrort@um.es
orcid.org/0000-0002-9953-5739

Virginia Villaplana Ruiz

Facultad de Comunicación y Documentación, Universidad de Murcia.

Investigadora y profesora de Análisis de los discursos audiovisuales en la Universidad de Murcia. Su investigación explora la escritura como negociación entre la memoria e historia utilizando metodologías creativas como la Mediabiografía del Do it yourself al Do it together (DIT). Ha dirigido seminarios sobre memoria colectiva, estudios queer y género, narrativas interactivas entre otros en: University of London, Birkbeck, University of Roehampton, Colef. Escuela de Posgrado en Ciencias Sociales, Tijuana e Institute of International Visual Arts, Londres. Es miembro del consejo editorial de la revista científica *Arte y Políticas de Identidad*. Autora de los libros: *Softfiction: Políticas visuales sobre la emocionalidad y el deseo*, *El instante de la memoria*, *Cárcel de amor*. Relatos culturales sobre la violencia de género y *Cine infinito*. En la actualidad, desarrolla el proyecto de *Subtramas*. Plataforma de coaprendizaje sobre las prácticas de producción audiovisual colaborativas.

virginia.villaplana@um.es
orcid.org/0000-0001-5033-5325

Fecha de recepción: 01 de diciembre de 2016 / Aceptación: 01 de enero de 2017

Resumen

El artículo propone una revisión de prácticas activistas mediáticas, origen de las formas participativas de la narrativa transmedia, en relación al lugar y la acción política. La implantación de las redes digitales ha permitido el desarrollo de una cultura red. Se analizan prácticas artísticas de colectivos activistas y las nuevas propuestas desarrolladas con dispositivos móviles vía GPS y webdoc. En este

sentido, se proponen tres líneas discursivas sobre el activismo transmedia: las aperturas narrativas del territorio y la ciudadanía, las políticas de acción y representación colectiva, y finalmente, la expresión de la experiencia mediante el testimonio.

PALABRAS CLAVE

Transmedia, Activismo, Participación, Comunicación del discurso, Arte social

Abstract

We propose a review of media activist practices giving rise to participative transmedia narratives in relation to political action and location. Digital networks have allowed the development of a network culture. We discuss artistic practices of activist groups and new proposals made via GPS with mobile devices and web documentaries. We identify three kinds of discourse in transmedia activism: narratives that open up to the region

and its inhabitants, policies for collective action and representation, and the expression of experiences through witness.

KEYWORDS

Transmedia, Activism, Participatory Media Practices, Discursive Communication, Creative communication, Social Art

1. INTRODUCCIÓN

La investigación científica, basada en la interacción social y los procesos tecnológicos a lo largo de la historia de la comunicación y el arte ofrecen un paradigma axial que supone la consideración del activismo vinculado al uso social de internet, el cine y la televisión. Las actuales tendencias de los estudios de comunicación, estudios visuales y activismo establecen en el uso de internet y la telefonía móvil un escenario donde se están generando por parte de artistas y movimientos sociales estrategias de mayor intensidad en las narrativas de participación, anexadas éstas a los discursos para el cambio social. Las narrativas de participación en la so-

ciudad red (Castells 2012) explicitan cinco dimensiones de apertura social, cultural, estética y política que están a su vez interrelacionadas y se caracterizan por: la flexibilidad, la multiplicidad y la democratización. En este sentido, las cinco dimensiones de apertura de la comunicación participativa son: la tecnológica, de usabilidad, de acceso abierto, la apertura de los procesos y la apertura de la experiencia colectiva.

La noción de participación que proponemos enfatizar del activismo transmedia es aquella que se relaciona con el concepto de producción de ciudadanía. No podemos olvidar que la lógica de consumo que lo impregna todo nos invita permanentemente a participar, pero de

una manera pasiva en algo ya dado o establecido. En la medida que es imposible involucrarse directamente en la organización y producción de todo, sin embargo la participación es muy útil para sumar y apoyar esfuerzos, que muchas veces han iniciado otros; algo fundamental para generar unas verdaderas narrativas “autoconstruidas colectivamente” (López y González 2016, p.147) en una esfera pública democrática que, mediante la integración de la comunidad en el ejercicio de la política, garantice los intereses colectivos.

“Lo que hace posible una representación narrativa de los acontecimientos reales es, sostiene White, la clasificación de esos acontecimientos con respecto a su significación para la cultura o grupo que está escribiendo su propia historia, lo que a su vez requiere una noción de centro social desde la cual organizarlos y dotarles de significación ética o moral.” (Peña-Marín 2014, p.107)

En el contexto de la era post-digital (Berry y Dietar 2015) se sitúan las prácticas del activismo transmedia que utilizan simultáneamente las redes físicas de presencialidad y las plataformas virtuales como modalidades de producción comunicativas y artísticas del siglo XXI. Aportando diversos modelos teóricos (Jenkins 2008) para una crítica de las producciones transmedia que alcanzan desde el uso comunicativo, artístico y activista en la interacción con la ciudadanía (Leader y Marcea 2012) hasta prácticas narrativas con tecnología locativa como propone el teórico Hanson Firman (2013) en su libro *The Mobile Storey: Narrativa Practicas watt Locativa Tecnología*. Ciertamente, “la lucha está en el relato” (López & González 2016, p.146) y la concepción de las narrativas transmedia para el cambio social.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA SOBRE PRÁCTICAS DEL ACTIVISMO TRANSMEDIA

El objetivo principal de este artículo es elaborar un marco conceptual sobre las prácticas del activismo transmedia. Esta investigación presenta el activismo transmedia en la cultura red en primer lugar como el estudio histórico de una genealogía en el media art y activismo. La metodología utilizada ha consistido en la revisión bibliográfica y la recopilación de gran número de artículos y casos de estudio prácticos. Esta metodología atiende por tanto a la necesidad de desarrollar la investigación en Comunicación, Arte y Ciencias Sociales sobre la práctica de la etnografía visual digital en internet (Pink 2013, p.123). Por tanto, se recopilan investigaciones sobre activismo transmedia que se apoyan en la confluencia de la producción audiovisual participativa y el activismo social. Esta triple esfera definida por el activismo transmedia, la participación y enunciación social permite a partir de la creación de narrativas audiovisuales digitales, potenciar un conocimiento ligado a las experiencias de acción para generar formas de creación interculturales democráticas (Villaplana 2015, p. 113). La recopilación bibliográfica y el acceso a archivos de colectivos, plataformas de proyectos activistas on line, mediatecas de museos y festivales de distintos países de Latinoamérica, Europa y EEUU. El análisis de obras participativas multiplataforma en internet es uno de los puntos centrales de esta investigación con el fin de acceder de forma teórica y práctica a la elaboración de la propuesta del artículo. Del mismo modo, se propone analizar la historia reciente y las tendencias del activismo transmedia en la cultura red. El artículo

argumenta una metodología de análisis discursivo que expone tres tendencias del activismo transmedia. La primera tendencia se centra en la apertura del territorio urbano, comunidad y ciudadanía. La segunda tendencia del activismo transmedia se estudia desde el eje discursivo de la apertura social, políticas de acción y representación colectiva. Finalmente, la tercera tendencia que presenta esta investigación sobre activismo transmedia propone la apertura discursiva de la experiencia y la narración del testimonio en la cultura red.

3. ACTIVISMO TRANSMEDIA. GENEALOGÍA DE LAS PRÁCTICAS NARRATIVAS DE PARTICIPACIÓN

En el ámbito del cine, en 1964 Gay Leída publica un libro titulado *Compilación film: From propaganda to drama*. Este ensayo en forma de archivo recopilatorio describe las bases del apropiacionismo, reciclaje, desmontaje de imágenes audiovisuales tanto en cine como en vídeo y en televisión. Como indica la propia Leyda: "Nunca sabremos con certeza quiénes fueron los primeros en remontar o manipular trozos de noticiarios para sus propios propósitos (...) pero podemos estar seguros que la práctica es tan antigua como el noticiario mismo" (Leyda 1964, p. 33). En Norteamérica las primeras películas de Bruce Conner ejercieron una influencia muy directa sobre otras obras de artistas y realizadores independientes de la escena *underground*. La película *A movie* (1957) creará escuela desde el primer momento de una corriente que se vino a denominar *found footage*. Encontramos también intervenciones audiovisuales y artísticas realizadas con la misma técnica tales como la de Wolf Vostell, *Fleming Faloon* (1963), la realizada colaborativamente de Nam June Paik y Jud Yalkut titulada

Black TV (1964-68) o en España la obra *133* de Eugeni Bonet y Eugenia Balcells.

Vostell, formado en artes visuales y Paik, en música electrónica, fueron los primeros artistas que conjugaron la metodología del teatro participativo, de la música y de la estructura temporal del vídeo, en el contexto de las artes visuales. Los trabajos que desarrollaron durante los sesenta afirma Eugeni Bonet, presentan una estética diferente a la de la mayoría de obras videográficas de las siguientes décadas, se apropian de imágenes de los medios de comunicación de masas para distorsionarlas con componentes electrónicos y a través de la acción directa de los espectadores. (Bonet 1980, p. 78). En mayo de 1963 Wolf Vostell presenta la instalación *6 TV Dé-coll/age* en la *Samolin Gallery* de Nueva York. Una obra que requiere de formas de acción y de participación relacionadas con el principio del *dé-coll/age*. Para el artista, la obra de arte que reflexiona sobre la sociedad capitalista y consumista *dé-coll/age*, no puede sino mediante la crítica convertirse en soporte del análisis, de compromiso, de denuncia y de valoración del comportamiento del hombre y de la realidad social que le envuelve; por ello es una obra de arte que se revela contra las contradicciones y lo inexplicable de la vida. La instalación *6 TV Dé-coll/age* está compuesta por seis aparatos de televisión situados sobre archivadores de oficinas. Las imágenes emitidas desde sus pantallas fueron alteradas conjuntamente por el artista y los espectadores, que mediante la manipulación directa de los mandos que controlan las funciones del aparato, hicieron borrosas las mismas. De tal forma que se convirtieron en metáfora de "ingestas", ya que otros *happenings* que también requerían de la participación del espectador estaban sucediendo en el mismo espacio, como por ejemplo el hecho de comer pollo sobre un lienzo con la finalidad de impregnarlo de texturas y

colores entre otras más. Esta instalación marcará, según la teórica Berta Sichel, el inicio del arte de imagen electrónica ya que también se trata de la primera instalación espacial realizada con monitores de televisión presentada en Estados Unidos. (Sichel 2006, p. 21). A principios de los años sesenta, para el ciudadano culto de entonces el piano y la televisión eran símbolos de significatividad totalmente opuestas. El piano significaba el refinamiento cultural de la burguesía y el aparato de la televisión era todo lo contrario, puro entretenimiento para las clases trabajadoras. Por ello, para Nam June Paik el piano en sus acciones, era un mero objeto que el espectador debía de destruir, mientras que el televisor como mueble en sí y las imágenes que emitía debían de ser convertidas en un objeto creativo. De esta manera, Paik en sus acciones mostraba la posibilidades de cambiar ese poder de la programación *Big Brother* de la televisión desde abajo, desde el usuario individual, sin necesidad de tener en cuenta la información emitida. Los años sesenta fue el momento de mayor difusión de la televisión en la sociedad occidental. Paik atisbo una posibilidad de cambio en el uso que habitualmente se le daba y que la convertía en una estructura de poder. Así un medio que se propagaba en una sola dirección, emisor-receptor, se transformó en un medio bidireccional, mediante la participación y se consolidó como temática importante del arte mediático. Así en la exposición realizada en 1963 en la galería *Parnass* en Wuppertal, encontramos cuatro pianos transformados para que el público interactúe con ellos y doce televisores manipulados con unos pedales, donde los espectadores podían cambiar individualmente las imágenes emitidas por los canales de televisión, a través del pedaleo, para

que tal y como lo expresó el artista el público pudiese dibujar con las ondas electrónicas. (Sichel 2006, p.300).

4. ACTIVISMO, NARRATIVAS PARTICIPATIVAS Y TRANSCULTURALIDAD EN LAS PRÁCTICAS AUDIOVISUALES

En el ámbito cinematográfico, uno de los primeros colectivos, creado en Reino Unido en 1937, que reflexionaron sobre la incidencia de los medios de comunicación de masas en la sociedad contemporánea de la época fue *Mass Observation*. Los integrantes del colectivo tuvieron la idea de crear un archivo centrado en la observación de la vida cotidiana de la clase trabajadora, con el fin de producir representaciones alternativas de los imaginarios mediáticos. Ellos lo definieron como una especie de "An anthropology of ourselves", se trataría de un archivo antropológico de la sociedad de consumo actual. A medida que el colectivo iba creciendo, eran cada vez más las personas que a través de una dedicación voluntaria se emplearon en estudiar, observar, fotografiar, filmar y escribir sobre el comportamiento de las clases trabajadoras. Este trabajo original se prolongó hasta la década de 1950. Se calcula que más de 4000 personas participaron en el proyecto y en la actualidad los archivos están depositados en la University of Sussex de Brighton. El archivo se abrió al público en 1970 y contiene todo el material generado por los *Mass Observation* entre 1937 y 1949, con algunas adiciones posteriores de los años 1950 y 1960.

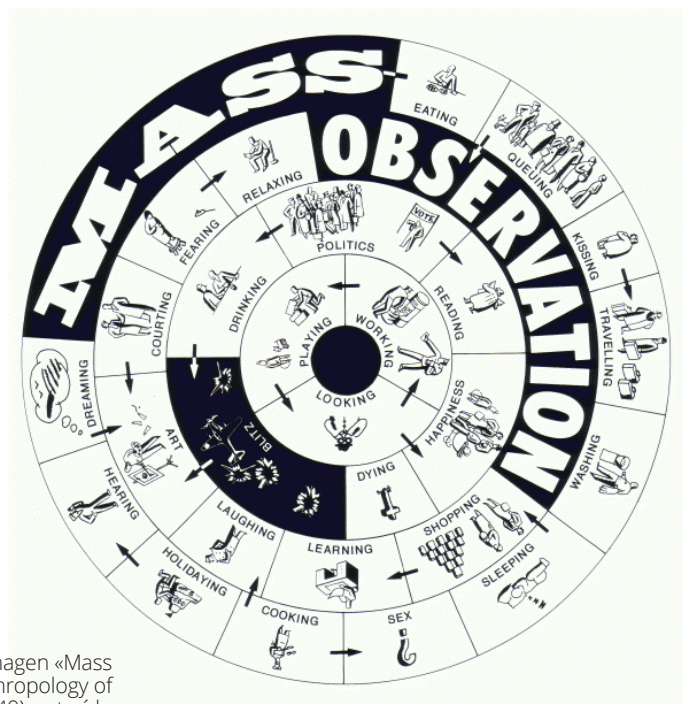


Figura 1. Imagen «Mass Observation» An anthropology of ourselves (1937-1949), extraído del archivo University of Sussex.

Esta filosofía de observar el comportamiento mediático en los individuos, sirvió de base y fuente de inspiración para otros grupos y colectivos. En este sentido, tal y como apunta Eugeni Bonet, en 1968 surge en Nueva York el grupo *Conmediation*, cuya vida fue muy breve, pero que representó el punto de partida para la creación de nuevos grupos. Entre sus miembros encontramos a David Cort, Frank Gillette, Ken Marsh y Howie Gutsadt que luego formarán parte respectivamente de *Videofreex*, *People's Video Theatre* y *Raindance Corporation*. El festival de *Woodstock*, en 1969, representa un importante catalizador, y a partir de él comienzan a proliferar los grupos de lo que Michael Shamberg llamó *Guerrilla Television*. (Bonet 1980, p. 77). Otros grupo pionero en trabajar con cámaras *Sony portapacks* fue *Videofreex*

(1969-1978). Todos los integrantes se sintieron muy unidos hasta el punto que formaron una especie de comuna. Trabajaban conjuntamente tanto en la producción como en la posproducción de imágenes documentales. Deciden viajar por varios estados de norteamérica en autobuses, siendo también conocidos con el nombre de *Media Bus*, estableciéndose definitivamente en *Lanesville*, creando allí una estación local de televisión, la *Lanesville Television*. Actualmente el archivo de *Videofreex*, con más de 1500 piezas, se encuentra depositado en *Video Data Bank*, que es una distribuidora de vídeo independiente situada en *The School of the Art Institute of Chicago*. Esto puede dar una idea de la importancia del colectivo y de la gran producción de videos documentales realizados durante una década. (Ortuño 2013, p.118). Elliot Glass,

Howie Gutstadt y Ken Marsh crearon en Nueva York en 1970 *People's Video Theatre*. El grupo se caracterizó por su actividad en relación a comunidades muy determinadas, especialmente las relacionadas con minorías étnicas de la ciudad (indios, chicanos que es como se llama a los mexicanos que viven en Estados Unidos, Black Panthers, Young Lords). El grupo grabó con cámaras de vídeo *portapacks* en las calles de Nueva York, con la idea de documentar y crear discusión posteriormente con el público en general, sobre los contenidos de los diferentes documentos o documentales filmados. Se caracterizó por grabar en 1970 una de las primeras manifestaciones sobre el movimiento de liberación de la mujer en Nueva York, así como diversas protestas de un grupo puertorriqueño en Manhattan con una intención muy clara de proponer modelos de documentos videográficos alternativos a los oficiales del momento. Otra interesante propuesta de vídeo documental alternativo, surgida en 1969 en la costa oeste norteamericana, fue la creada bajo la dirección de Michael Shamberg y Paul Ryan junto con estudiantes de la Universidad de California, fue el colectivo *Raindance Corporation*. Paul Ryan era

entonces estudiante y miembro de un grupo de investigación de Marshall McLuhan, que había acuñado el término de *Cybernetic guerrilla warfare*, utilizado para describir cómo el movimiento de contracultura de finales de los 60, debe usar la tecnología de comunicación para transmitir sus mensajes al público masivo (Scott y Wasiuta 2011, p.116).

Raindance Corporation creó diversos contextos de reflexión teórica así como documentos videográficos en un intento de ofrecer una alternativa al pensamiento mediático imperante. En este sentido se trataba más de una reunión de individualidades, no de un grupo homogéneo. La tesis general es que las cámaras de vídeo *portapack*, la televisión por cable y las cintas de vídeo, constituían una alternativa a los medios de comunicación de masas norteamericanos, a los que Shamberg llamaba *Media America*. En el contexto latinoamericano de habla portuguesa, cabe destacar *Vídeo nas aldeias*, que es un proyecto colaborativo de producción audiovisual creado en 1987 por Vicent Carelli. Trata de apoyar los diversos movimientos indígenas de Brasil y ayudar a la preservación de sus culturas e identidades.



Figura 2. Imagen « Vídeo nas aldeias », extraído de Plataforma en internet <http://www.videonasaldeias.org.br>

El grupo colaboraba con asociaciones vinculadas a comunidades indígenas. Sigue tres líneas de actuación para la representación transcultural: formación, producción y difusión de las representaciones comunidades indígenas (Araújo 2012, p.160). La primera tendría como objetivo proporcionar una educación de calidad a los indígenas, a través de talleres de capacitación, siempre en sus aldeas. Allí aprenden a hacer guiones, capturar imágenes, realizar análisis crítico del material filmado y ser conscientes de la edición. Los talleres son interactivos y abiertos, para que toda la comunidad participe y supervise el proceso. Vicent Carelli piensa que hoy en día los medios de comunicación transmiten una imagen deformada de las personas y de la cultura indígena en general. Los talleres, desempeñan una función social importante donde la práctica del audiovisual tiene consecuencias internas interesantes, que van más allá de esta producción, es una manera de valorar la tradición, el patrimonio cultural y una forma de promover un intercambio interno en la comunidad entre jóvenes y ancianos. Además de promover un conocimiento por parte de la sociedad brasileña acerca de los indígenas.

La segunda línea de la producción de la representación transcultural, consiste en el reparto de cámaras entre las comunidades indígenas para que estos graben documentos de la comunidad, dentro de un consumo estrictamente interno. Por último está la distribución y para ello han creado una red de socios a través de Internet y gracias a la difusión de todo el material que se produce, hay una comunicación continua entre sus miembros. En la actualidad grupo se autofinancia con las ventas de sus productos a las cadenas de televisión de Brasil.

En este sentido, Zygmunt Bauman reconoce que la cultura como praxis es una cuestión no

sólo de creación, sino también de repetición y reproducción. Específicamente, en el contexto de los flujos culturales globales como afirma Bauman: "(...) The catchword of modernity was creation; the catchword of postmodernity is recycling" (Bauman 1996, p. 18). Homi Bhabha, en consecuencia, insiste en que tales procesos deben entenderse como actos de traducción cultural, tanto como representación y reproducción:

"(...) translation is also a way of imitating, but in a mischievous, displacing sense – imitating an original in such a way that the priority of the original is not reinforced but by the very fact that it *can* be simulated, copied, transferred, transformed, made into a simulacrum and so on: the 'original' is never finished or complete in itself." (Bhabha 1990, p. 210).

Al igual que en el caso de *Video Nas Aldeias*, en Reino Unido en 1993, Chris Mohr y Mandy Rose del Sindicato de Programas Comunitarios, iniciaron el proyecto *Video Nation*. Para ello utilizaron una serie de videocámaras que se distribuyeron por todo el país. A quienes deseaban participar se les ofreció una cámara *Hi-8* por un año, durante el cual filmaban su vida cotidiana. La respuesta fue inmediata ya que más de 10.000 vídeos fueron registrados y enviados a la BBC, de los cuales 1.300 fueron editados y emitidos por televisión. *Video Nation* se inicia en los noventa influido por el espíritu del colectivo *Mass Observation*. La particularidad de este grupo, lejos del formato *reality televisivo*, radica en proporcionar cámaras y soporte técnico a quienes, a modo de diario personal, quieran participar en la esfera pública como sujetos políticos por derecho.

5. ACTIVISMO TRANSMEDIA: PLATAFORMAS PARTICIPATIVAS, CONCEPTOS Y DISCURSO SOCIAL

5.1. APERTURA DEL TERRITORIO URBANO, COMUNIDAD Y CIUDADANÍA

Es evidente que el mundo que nos rodea es un sistema red y que como tal, está tejido en toda invisibilidad por ondas y campos electromagnéticos, antenas de TV o módems Wi-Fi colocados en techos y paredes de cualquier edificio del paisaje urbano o rural. El tejido urbano no está conformado ahora sólo por piedra, ladrillos y cemento, sino que incluye también codi-

go y conectividad. En este sentido, la narrativa transmedia es una lógica narrativa que organiza un flujo de contenido mediante diferentes dispositivos mediales, formatos discursivos y soportes digitales, por lo tanto, se puede concebir “marca transmediática, representación transmediática, ritual transmediático, juego transmediático, activismo transmediático, y espectáculo transmediático, como otro tipo de lógicas disponibles” (Jenkins 2014).

Una problemática que no es en absoluto nueva; como diseñar formas para la interacción creativa entre el espacio físico y el de los datos, como lo virtual remodela o puede reconfigurar lo físico, hasta que punto la información contextualizada al suplementar el espacio con documentos e informaciones de las experiencias allí vividas, puede crear estos lugares y sus narraciones, transformándolos de forma esencial (Prada 2012, p.67).



canal*GITANO - León 2005

16 jóvenes gitanos de León recorren espacios públicos y privados de la ciudad y su entorno, provistos de teléfonos móviles con cámara integrada. Recopilan e intercambian experiencias y opiniones constituyéndose en cronistas de su propia realidad. Por medio de mensajería multimedia (audio, vídeo, foto, texto) y de conversaciones telefónicas coordinan la publicación en tiempo real en internet de los canales audiovisuales previamente acordados. En reuniones periódicas analizan la evolución de los canales existentes, deciden sobre la creación de nuevos sitios virtuales y se asocian en colectivos emisores dedicados a cada canal consensuado.

Figura 3. Imagen Proyecto «Canal Gitano», extraído de canal*GITANO -megafone.net. *Antoni Abad* (2004).

Esta idea de cartografiar la ciudad desde dispositivos móviles queda plasmada en la obra del artista Antoni Abad que, conjuntamente con Eugenio Tisselli, creó la plataforma *Megafone.net* en 2004. Desde la crítica social y con la idea de visibilizar y dar voz a ciertos grupos sociales marginados, el artista español comenzó su proyecto en México DF con *Sitio-TAXI* donde invitó a taxistas a participar en el proyecto logrando congregarse un importante grupo que se dio la tarea de documentar todo aquello que vivía cotidianamente, en cartografiar la ciudad convirtiéndose en cronistas de su propio acontecer. A través del uso de teléfonos móviles, estos grupos comparten sus experiencias cotidianas en sus respectivos espacios físicos donde la participación ciudadana es un factor determinante para el buen desarrollo del proyecto. Desde entonces ha puesto en marcha diversos canales como *Jóvenes gitanos* en Lleida y León (2005), *Trabajadoras sexuales* en Madrid (2006), *Trabajadores emigrantes nicaragüenses* residentes de San José de Costa Rica (2006), *Personas de movilidad reducida* en Barcelona (2006) y Geneve (2008), *Motoboy*s en Sao Paulo (2007), *Refugiados saharauis* residentes en campamentos de *Tinuf*, Argelia (2009). Cada intervención busca interconectar, en todos los casos, los resultados producidos en la convergencia, solidaridad de barrio y ayuda mutua. Creando redes sociales que han conseguido a través de los medios posibilitados por el artista, desarrollar canales de discusión en relación a sus propios conflictos.

Directamente relacionado con los dispositivos móviles de geolocalización se encuentra el proyecto *Amsterdam Realtime* (2002-2003), llevado a cabo por los artistas Esther Polak y Jeroen Keen en colaboración con la Waag Society. Cada ciudadano tiene un mapa mental de su ciudad que está muy condicionado por las

rutas que sigue en su vida cotidiana; este proyecto pretendía visualizar estos mapas mentales y físicos que describen una cartografía de la ciudad muy distinta de la turística o comercial, y que está directamente relacionada con los usos individuales de sus moradores. Dentro del contexto de la ciudad de Amsterdam, Polak y Keen invitaron a sus residentes a ser equipados durante dos meses con un GPS especial que registraba sus movimientos en tiempo real y los enviaba a una central de datos que los visualizaba mediante líneas blancas sobre fondo negro, dibujando así un mapa alternativo de Amsterdam, una cartografía de la movilidad de esta ciudad. Se trata de proyectos desarrollados a partir de recorrer un territorio en los que estos dispositivos habilitan nodos de situación y disposición que permiten visibilizar, denunciar o explicar diferentes circunstancias en ese contexto, estableciendo una cartografía del desplazamiento. Desde aplicaciones en que los participantes son guiados en un trayecto a la deriva hasta propuestas en que se hacen visibles los estados emocionales de los integrantes de la acción. Otras interesantes propuestas de investigación diseñada para dispositivos móviles experimentando con las posibilidades de estas tecnologías en la construcción de narrativas documentales y la memoria colectiva fueron: *Handheld Histories as Hyper-Monuments* (2007) de Camin Karasic e *Itinerant* (2005) de Teri Rueb. El primero de ellos aglutina historias audiovisuales en Londres, no oficiales, relacionadas con monumentos históricos específicos, creando su doble digital, promoviendo perspectivas alternativas en la comprensión histórica que evidencian determinados prejuicios históricos. El segundo de ellos permite escuchar en diferentes espacios públicos de Boston, a través de un dispositivo móvil dotado con GPS, documentos sonoros de historias personales grabadas por diferentes personas en cada lugar.



Figura 4. Imagen del proyecto «GR-174» Sendero del Priorat, Clara Boj y Diego Díaz. Cortesía de los artistas. Archivo lalalab.org

En este sentido algunas de las experiencias destacadas en nuestro país son las de los artistas Clara Boj y Diego Díaz titulada *GR-174* en el sendero del Priorat o las del colectivo *Audiovisol en Madrid*. *GR-174* (2012) es un relato sonoro experimental construido a partir del diálogo de los artistas entre varios creadores y teóricos del arte, a lo largo de un recorrido de 71,8 km. El espectador, a través de los dispositivos móviles, puede revivir las conversaciones mantenidas por estos artistas y seguir sus pasos. El colectivo *Audiovisol Madrid*, formado por Christian Lehman, María Otero y Pablo Pistolessi se encargó de la retransmisión en mayo de 2011, mediante dispositivos móviles, de las acciones

desarrolladas por el 15M. Así mismo este colectivo produce documentales documentales y películas aplicando metodologías colaborativas y colectivas en sus planteamientos y formas de hacer.

Este contexto posibilita la creación de canales colectivos de emisión itinerante y remota, prescindiendo de los sofisticados y costosos equipos de grabación y emisión, tradicionalmente usados en televisión. Los receptores de estas emisiones tienen la posibilidad de aportar sus criterios desde terminales fijos o móviles, convirtiéndose en usuarios activos del dispositivo de comunicación.



Figura 5. Imagen de la retransmisión de una manifestación el 22 M- 2015 por el colectivo *Audiovisol*. Extraído de livestream.com/spanish-revolutionsol.

5.2. APERTURA SOCIAL, POLÍTICAS DE ACCIÓN Y REPRESENTACIÓN COLECTIVA

Del mismo modo que la ciudadanía definió con los dispositivos tecnológicos de uso personal una relación con lo real a partir de las revoluciones de Túnez y Egipto en 2011, las revueltas de Londres, el 15M español, y el movimiento *Occupy Wall Street*, la proliferación de films activistas de protesta en YouTube o plataformas como *Feminist Frequency* participan de una condición contestataria. En oposición al efecto de realidad y verdad que a menudo utiliza el régimen documental como mecanismo de control biopolítico sobre las formas y prácticas sociales, las prácticas activistas transmedia ponen de relieve las experiencias que han redefinido las fronteras entre la ficción, el ensayo visual y el documental. Experiencias recientes exponen en la red la práctica de estéticas digitales que retoman estrategias vinculadas al *Feminist Collaborative Video*. Las prácticas digitales abren la producción documental de vídeo y cine de las redes físicas a las digitales según expone Margarita Ledo Andión (2015). Las redes físicas y virtuales interconectan espacios de la ciudadanía con colectivos y movimientos sociales, espacios educativos universitarios e instituciones culturales como museos. Esta interconexión de espacios físicos de relación y diálogo con espacios virtuales de producción de conocimiento suponen la emergencia de una forma de concepción de la imagen documental en las prácticas feministas queer. Los afectos y sus expresiones, como la vergüenza, el miedo, la indignación y el orgullo son centrales en la historia del activismo feminista queer con la enunciación del SIDA. Desde las formas tradicionales de protesta de la Gay Pride Parade a los

grupos feministas queer radicales como ACT UP (AIDS Coalition To Unleash Power), Queer Nation, Lesbian Avengers o en España LSD (Fefa Vila, Lesbianas Sin Duda), La Radical Gay y RQTR activistas sobre el SIDA han construido su visibilidad mediante el uso del vídeo colaborativo. Films históricos, vídeos representativos y viralizados en YouTube como: *20 retratos de activistas queer en España* (Andrés Senra, 2014) accesible todo el Archivo Queer? en los fondos digitales de la biblioteca del Museo Nacional Reina Sofía, o históricos como *Silverlake Life: A View From Here* (Peter Friedman and Tom Joslin, 1993), *Fast Trip, Long Drop* (Gregg Bordowitz, 1993) y *Video Remains* (Alexandra Juhasz, 2005).

En esta línea de reflexión sobre la producción digital de imágenes documentales y la intención de interconectar espacios reales de experiencia con comunidades virtuales se encuentran los proyectos multiplataforma *Feminist Online Activism: As Teaching/Community/Space Making* de la teórica y media activista Alexandra Juhasz (2013) que inició junto a sus estudiantes durante el Movimiento Occupy.

El archivo documental de Cecilia Barriga y su largometraje *Tres instantes un grito* (2013) presencia la indignación proponiendo con el deseo y la fuerza de un sólo grito contra el capitalismo: ¡Este sistema lo vamos a cambiar! Un relato que se origina en Madrid con Toma La Plaza Puerta del Sol al grito: ¡Que no, que no nos representan, que no!, mientras en Nueva York en Occupy Wall Street se canta al son de ¡Somos el 99%!, y en Santiago de Chile se Toma el Colegio: los estudiantes después de siete meses de ocupación entregan sus colegios bajo el grito de ¡La educación chilena no se vende, se defiende!



Figura 6. Imagen del proyecto «World of Matter». Plataforma web sobre ecologías globales de recursos de explotación y circulación. Extraído de worldofmatters.net. *Ursula Biemann.*

Ursula Biemann utilizando las tecnologías de observación en las sociedades de control desarrolla el proyecto documental sobre ecología, arte y tecnología *World of Matter* (2015) en formato multiplataforma en internet. En este proyecto documental colaboran investigadores sobre geografía, cultura espacial, urbanismo, antropología, historia del arte, teoría cultural, activismo, educación y fotoperiodismo centrándose en las formas de visualidad y crisis ecológica. Del mismo modo, en los proyectos documentales *Sahara Chronicle* (2006-2009), *Contained Mobility* (2004) y *Europlex* (2003) la artista Ursula Biemann define su práctica como videogeografías migratorias. Este proyecto documental muestra un giro en la representación migratoria, al centrarse en la sexualización del trabajo transnacional material, tecnológico y las geografías virtuales (White 2015, 222-224). La obra de Ursula Biemann investiga las dinámicas que hacen visibles las relaciones económicas, geopolíticas y culturales en la frontera entre África y Europa. Ursula Biemann traza las sendas y las razones de las mujeres que trabajan en la industria sexual a lo largo de todo el mundo. Este documental analiza a modo de ensayo las consecuencias de las bases ame-

ricanas en el Sureste de Asia, la frontera con EU así como también la política de migración europea del espacio Shengen en relación a las áreas migratorias de Marruecos, Argelia, Túnez y Libia. Este documental toma una perspectiva amplia a modo de documento, mostrando los circuitos transversales, donde las mujeres han emergido como actrices de la economía sobre el cuerpo. Este documental de ensayo aporta la hipótesis de cómo se establecen relaciones entre las nuevas tecnologías geográficas de control, la sexualización de los cuerpos y el desplazamiento de mujeres, componiendo un ritmo de báscula económica global. Revelando como las tecnologías de marginalización afectan a las mujeres en la construcción de su sexualidad. El proyecto documental de Ursula Biemann disloca y resinifica el feminismo de la diferencia dentro de la representación social, simbólica y cultural de la migración. En este sentido, dentro de los etnopaisajes de la globalización, experimentamos hoy la proliferación de figuraciones alternativas de la subjetividad que es necesario poner en contacto con las formas de violencia real y simbólica. El concepto de figuraciones alternativas de la subjetividad, aportado por la teórica feminista Rosi

Braidotti (2000, p.122), aludiría a ficciones políticas que resitúan los conflictos entre género y trabajo. Estas figuraciones cinematográficas no son metafóricas, sino que están materialmente insertadas. Además de estos dos ejes, hay un tercer aspecto quizá el más evidente: aquel que reafirma el activismo transmedia, cine y vídeo como una herramienta tecnológica creativa de contrainformación (Villaplana 2015, p.93). Una genealogía orientada a otra subjectualidad menos violenta: las de un tiempo narrativo que encuentre en las estrategias de representación visuales y la re-escritura de la historia(s) una posibilidad abierta a la producción y difusión del conocimiento (Zafra 2015) entre la memoria y cultura red.

5.3. APERTURA DE LA EXPERIENCIA Y TESTIMONIO

La sociedad contemporánea convive actualmente con un nuevo modelo de lenguaje que ofrece contenidos flexibles e independientes entre sí, distribuidos por nuevas plataformas

online. En este apartado se analiza el *Proyecto Quipu*, dirigido por María Court y Rosemarie Lerner en 2016, que recoge los testimonios de mujeres socialmente excluidas del sistema de justicia social en Perú.

El *Proyecto Quipu* es una plataforma webdoc producida por un equipo interdisciplinar de narradoras digitales y antropólogos visuales con sede en Londres. Define un cambio radical en el uso de los testimonios y su representación mediante la voz. En una de las ventanas interactivas de la web del proyecto se argumenta la naturaleza del mismo:

“En la década de los 90, durante sus 10 años como Presidente del Perú, Alberto Fujimori lanzó un nuevo Programa de Planificación Familiar que resultó en la esterilización de 272,028 mujeres y de 22,004 hombres en solo 4 años. (...) Fue solo después de la dimisión del Presidente Fujimori en el año 2000 que las injusticias de las esterilizaciones realmente empezaron a revelarse. Después de casi dos décadas estas personas aún siguen en la búsqueda de justicia.” (Proyecto Quipu 2016)

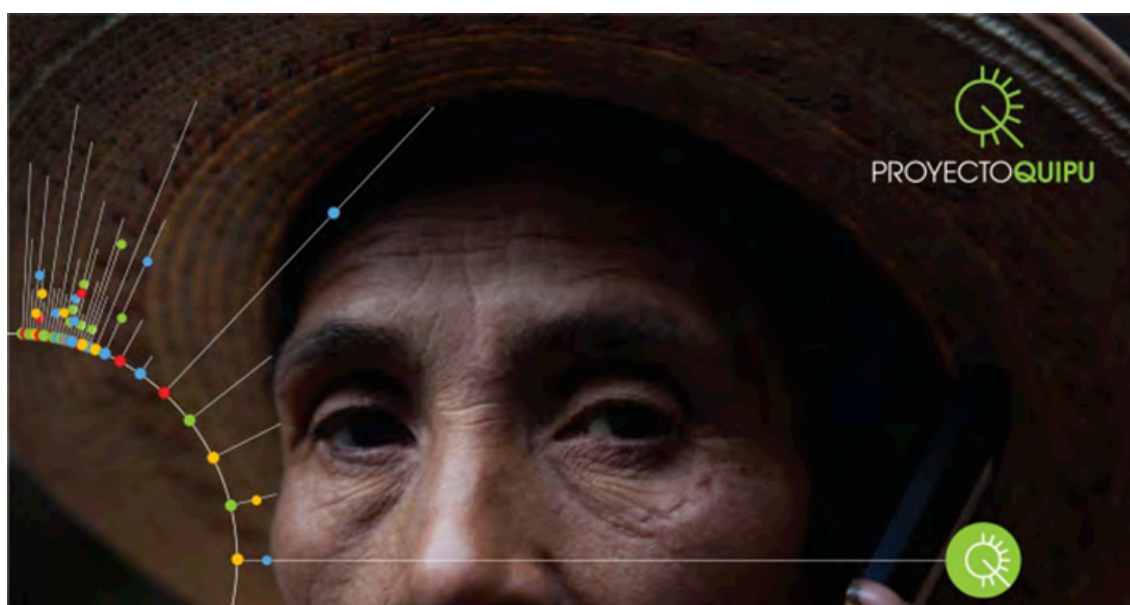


Figura 7. Imagen de «Proyecto Quipu». Documental interactivo que conecta a las víctimas de las esterilizaciones forzadas en Perú. Extraído de interactive.quipu-project.com.

El *Proyecto Quipu* recoge desgarradores testimonios de las víctimas de esterilizaciones forzadas llevadas a cabo gracias al Programa Nacional de Planificación Familiar y Salud Reproductiva, impulsados por el gobierno de Alberto Fujimori durante los años 1996-1998, afectando sobre todo a comunidades indígenas, rurales y empobrecidas (Carrión 2006). Según el estudio realizado en 2010 por la División de Desarrollo Social de La Comisión Económica para América Latina CEPAL-UNICEF, Perú es uno de los países más pobres de Latinoamérica con un 38%, de sus 26 millones de habitantes, viviendo por debajo del umbral de la pobreza extrema. A través de la manipulación de los discursos feministas sobre los derechos de las mujeres en la reproducción y creando al mismo tiempo lazos de unión con las organizaciones feministas del Perú, el presidente enmascaró lo que subyacía en estos discursos con el objetivo de crear un Programa de control de natalidad (Ewig 2006, p.640). Éste programa sobretodo se desarrolló en zonas rurales que no hablaban español y comunidades indígenas ligadas a la organización terrorista de Sendero Luminoso (Partido Comunista del Perú). El objetivo de esta organización terrorista era reemplazar las instituciones peruanas, que consideraban burguesas, por un régimen revolucionario campesino comunista, cuyos ideales desató una ola de terrorismo en el país, hasta la captura de su líder en 1992, Abimael Guzmán (Ewig 2010, p.268).

Rosemarie Lerner y María Court, responsables del *Proyecto Quipu* afirman en su blog, que está dedicado a la memoria de Giulia Tamayo, activista, Abogada y defensora de derechos humanos que descubrió por primera vez casos de esterilización forzada en el Perú. Desde el inicio desarrollaron el proyecto en colaboración con mujeres que fueron esterilizadas, pensaron que debía de ser una plataforma no lineal creada por los propios afectados con la intención

de fomentar la colaboración y las relaciones de igualdad creando al mismo tiempo un entorno de aprendizaje entre los propios afectados y no algo dirigido pasivamente hacia ellos (Simó, Ferreira y Ortuño 2016, p.754), como ocurre en la mayoría de documentales o audiovisuales emitidos por televisión. No querían crear un nuevo documental lineal como los realizados anteriormente sobre el tema; *Cicatrices del engaño* (2014), *Nada Personal. Implementación de la Anticoncepción Quirúrgica en el Perú* (1999), *Justicia Pendiente. Esterilizaciones forzadas Perú* (2011) y *Secret Sterilization* (1999). Por ello el *Proyecto Quipu* nació como reacción a las esterilizaciones y el sufrimiento humano que éstas han producido, porque después de dos décadas estas personas aún siguen en la búsqueda de justicia. Para generar un acercamiento a las víctimas, desarrollaron esta plataforma web, que es una combinación de línea de teléfono de baja tecnología y un interface digital de alta tecnología. Al mismo tiempo trata de recoger el máximo número de testimonios orales y editarlos de forma que todos funcionen al mismo nivel.

La plataforma web está diseñada a partir de la imagen simbólica de un quipu andino en su doble significado, por un lado tendríamos el significado literal ya que en quechua Khipu significa nudo, atadura, ligadura, en clara referencia a la ligadura de trompas de las mujeres que fueron víctimas del engaño gubernamental. Por otra parte el significado en referencia simbólica al número de víctimas, ya que los quipus son un conjunto de cuerdas con nudos que los incas y antiguas civilizaciones andinas desarrollaron como manera de registrar cantidades y representar números mediante un sistema de numeración decimal posicional y, para transmitir mensajes complejos.

En este sentido, cuando entramos a navegar por la plataforma web el usuario escucha un breve documental lineal con emotivos testi-

monios de las víctimas contrastados con la voz del presidente Alberto Fujimori en 1995 defendiendo la necesidad de crear un Programa Nacional de Planificación Familiar y Salud Reproductiva. Posteriormente se puede acceder a los testimonios del *Proyecto Quipu*, que están estructurados en cuatro apartados; *El Programa de Esterilización*, *Las Operaciones*, *La vida Después*, *En Busca de Justicia*. También existe un enlace donde escuchar las opiniones de los usuarios de la plataforma o subir nuevos casos por parte de las víctimas.

Encontramos un tema recurrente en todos los testimonios que está relacionado con los derechos humanos y el engaño de las víctimas por parte del gobierno así como del procedimiento tan brutal en el que se realizaron las esterilizaciones. El Testimonio #38/92, es especialmente gráfico en cuanto al engaño:

“...las enfermeras de la posta de *Ñangalí* me dijeron ‘Ya, le vamos a dar alimentos para su hijo, pero si es que se va hacer ligar. Y sino, ya no le vamos a dar alimentos, porque están llenándose de hijos, como las conejas, y no quieren hacerse ligar. Si es que usted se hace ligar entonces le vamos a seguir dando, sino ya no.’” (Proyecto Quipu)

Otros testimonios recuerdan el dolor cuando la anestesia no era efectiva. En la grabación del Testimonio #35/92, nos cuenta “Me dolía feísimo, yo gritaba. Iban a cada rato y nos agarraban de la cara. ‘Señora, por favor, cállese la boca. Señora, cállese la boca’” (Proyecto Quipu). El corte a través de vientres de las mujeres y la referencia al ‘tremendo dolor’ se repite varias veces en su declaración, y esta imagen ejemplifica, en su testimonio, la violación física y psicológica que sufrieron estas mujeres. El Testimonio de Evangelina es el más extremo, pues ella estaba embarazada de tres meses cuando la esterilizaron. El bebé murió durante la operación y lo llevó en su vientre hasta que tuvo una hemorragia y un posterior aborto varios meses después. Otro testimonio habla claramente de violaciones:

“Y yo llegué, ya el señor estaba desnudo. Entonces me dijeron ‘Pase señora, ¿usted se va a hacer ligar?’- ‘Sí.’- ‘Sáquese ya.’ Me sacaron la ropa y ya me daba vergüenza del señor porque el señor estaba desnudo y yo ya no quería. Entonces me dijeron ‘¡Rápido señora, rápido!’ Me subieron a la cama y entonces me agarraron entre cuatro, dos me agarraron de las manos y dos debajo de los pies para ponerme la ampolla y allí ya no me acuerdo.” (Proyecto Quipu)



Figura 8. Imagen de «Proyecto Quipu». Extraído de interactive.quipu-project.com.

Una de las características formales de este proyecto, que lo diferencia de otros más mediáticos, es la interactividad. No únicamente por parte de la audiencia que puede navegar libremente por la plataforma y crear su propio e individual viaje a través de las diferentes opciones no lineales de narrativas de audio, sino también en relación a las creadoras del proyecto que constantemente ofrecen información textual del contexto social, y los usuarios que pueden interactuar llamando por teléfono para aportar nuevas visiones de lo sucedido. Como apuntan Donatella Maraschin y Suzanne Scafe (2016) el uso de tecnologías simples en el *Proyecto Quipu* como el teléfono, hacen que la narrativa de los testimonios sea más cercana, familiar y evidencie la violación más básica de los derechos humanos:

“The use of low-end technologies such as the phone lines to record the women’s testimonies allows them to determine the form and content of their narrative. In fact, at the very core of the Quipu Project is the emphasis on the women’s use of their own voices as evidence not only of their human rights violations but also of their journey from the margins to the centre of the story.” (Maraschin y Scafe 2016, p.187)

La intención del proyecto es recoger información oral a través de un archivo que active la memoria colectiva del pueblo y evite que las esterilizaciones forzadas sean olvidadas y a que estos abusos no se vuelvan a repetir.

6. CONCLUSIONES FINALES

En este artículo y sus prácticas asociadas, hemos planteado la noción de activismo transmedia mediante el estudio de prácticas interdisciplinarias en autoras y colectivos europeos, estadounidenses y latinoamericanos. Ante esta realidad, hemos tratado de confrontar algunos

conceptos que apuntan a la irreversibilidad y a la ausencia de alternativas posibles para construir otras narrativas más significativas para la ciudadanía.

El objetivo principal que aborda este artículo es la relación del activismo transmedia y la participación social. Es parte de la esencia de la comunicación y el arte generar narrativas de participación. Como primera conclusión observamos que cambian los medios tecnológicos, conforme avanza la sociedad red, pero como afirma Castells se mantienen los intereses temáticos en cuanto a dimensiones de apertura social, cultural, estética y política estando a su vez interrelacionadas por la flexibilidad, la multiplicidad y la democratización (Castells 2012). De esta forma, la segunda conclusión que en el artículo planteamos es una lectura cotidiana de la presencia digital en la ciudad, una lectura política de la forma en que esta presencia se despliega con las consecuencias que están detrás de las narrativas específicas de estas tecnologías y las formas de interacción activistas.

La tercera conclusión dentro del ámbito documental (Nash, Hight y Summerhayes 2014) se relaciona con las poéticas participativas basadas en la interpretación de los espectadores al actuar como responsables de la formación de un nuevo modelo social, ya que desde un espacio imaginario pueden ver, repensar y reformar sus vidas en consonancia con su potencial creativo. En este sentido, destacamos la aportación teórica sobre los discursos sociales que en el activismo transmedia observamos como estrategias narrativas de participación y que proyectan distintas trayectorias. Esto es, la apertura del territorio urbano comprendiendo a la comunidad y la ciudadanía activa. En segundo lugar, la apertura social hacia políticas de acción y representación colectiva. Y finalmente, la apertura de la experiencia colectivizada mediante la diseminación del testimonio.

Las peculiaridades productivas de cada medio son determinantes en el tipo de estrategia participativa que las obras desarrollan.

La cuarta conclusión que observamos mediante la investigación es que las distintas estrategias son formas de acción que entretienen procesos participativos físicos, mentales o sociales (Megafone.net, Audiovisol en Madrid, World of Matter, Proyecto Quipu). Finalmente, otra de los rasgos característicos que aporta esta investigación a lo largo del artículo corresponde a la intersección entre comunicación, arte social, tecnología y cultura red presente en el uso de la posición participativa de los propios media (Loader y Mercea 2012) para evidenciar la observación de conflictos sociales. Del mismo modo, la noción de activismo transmedia característico de las prácticas documentales a lo largo de la historia apunta hacia la deconstrucción de la imagen entre la ficción y la imagen documento como experiencias del ac-

tivismo digital y la visualidad colaborativa. Son representativas las obras históricas recopiladas como casos de estudio que desde los años setenta hasta la actualidad fusionan teoría y representación con el objeto de deconstruir los imaginarios de consenso y propiciar una democracia participativa. El activismo transmedia adquiere entonces conciencia de su función como herramienta de registro y transformación de las luchas sociales.

NOTA

La escritura de este artículo de investigación ha sido financiada por el Plan I+D+i MINECO (Ministerio de Economía y Competitividad). Proyecto TRANSNACIONALIDADES, MICROPOLITICAS FFI2014-54391-P. Dirección General de Investigación Científica y Técnica, Gobierno de España.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Aráujo, J. (2012). A realização de documentários por comunidades indígenas: notas sobre o projeto *Vídeo* nas Aldeias. *Intexto* 26, 151-169.
- Bauman, Z. (1996). From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity. En: S. Hall y P. Du Gay (Eds.). *Questions of Cultural Identity*. (p.18-36). London: SAGE Publications.
- Bhabha, H. (1990). The Third Space. En: J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*. (p.207-221). London: Lawrence and Wishart.
- Bonet, E. Dols, J., Muntadas A. y Mercader, A. (1980). *En torno al vídeo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Berry D. M., y Dieter, M. (Eds.) (2015). *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*. London: Palgrave Macmillan.
- Baigorri, L. (2002). *Vídeo: primera etapa. El vídeo en el contexto social y artístico de los años 60 y 70*. Madrid: Brumaria.
- Braidotti, R. (2000): *Sujetos nómadas*. Buenos Aires: Paidós.
- Biemann, U. (Ed.). (2003). *Stuff it: the video essay in the digital age*. Viena: Springer Architecture.
- Boj, C., y Diaz, D. (2013). Ciudad, narrativa y medios locativos: Aproximación a una teoría de los géneros en la narrativa espacial a partir del análisis de cuatro propuestas. *Arte y Políticas de Identidad*, 9, 129-147.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Carrión, J. F. (Ed.). (2006). *The Fujimori legacy: The rise of electoral authoritarianism in Peru*. University Park: Pennsylvania State University Press.
- Ewig, C. (2006). Hijacking global feminism: Feminists, the Catholic Church, and the family planning debacle in Peru. *Feminist Studies*, 32(3), 632-659.
- Ewig, C. (2010). *Second-wave neoliberalism: Gender, race, and health sector reform in Peru*. University Park: Pennsylvania State University Press.
- Farman, J. Ed. (2013). *The Mobile Story: Narrative Practices with Locative Technologies*. London: Routledge.
- Grant H. (Ed.). (1998). *Art, activism, and oppositionality: essays from Afterimage*. Duke University Press.

- Jenkins, H. (2014). "Transmedia 202", en *Henryjenkins.com*, Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://henryjenkins.org/2014/09/transmedia-202-reflexiones-adicionales.html>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Juhasz, A. (2013). Feminist Online Activism: As Teaching/Community/Space Making. En: *W.A.A. Militant Research Handbook* (p. 20-22). New York: New York University Press. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: http://www.visualculturenow.org/wp-content/uploads/2013/09/MRH_Web.pdf
- Ledo-Andión, M. (2015). Cine documental. Cibercultura, tecnologías de proximidad. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 100, 81-83. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016] Recuperado de: http://telos.fundacion-telefonica.com/seccion=1288&idioma=es_ES&id=2015031713410002&activo=6.do
- Leyda, J. (1964). *Films beget films: compilation films from propaganda to drama*. London: Allen and Unwin.
- Loader, B., y Mercea, D. (2012). *Social Media and Democracy: social media innovations in participatory politics*. London: Routledge.
- López, M. G., y González, E. S. (2016). La lucha está en el relato. Movimientos sociales, narrativas transmedia y cambio social. *Cultura, Lenguaje y Representación/ Culture, Language and Representation*, 15, 139-151. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/article/view/2159>
- Martín, J. (2012). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. (1a ed.). Madrid: Akal.
- Ortuño, P. (2013). Antecedentes del vídeo participativo como alternativa a la televisión comercial: nuevas propuestas on-line. *Doc On-line*, 14, 113-138.
- Peñamarín, C. (2014). Esfera pública y construcción del mundo común. El relato dislocado. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 103-124.
- Pink, S. (2013). *Doing visual ethnography : images, media and representation in research*. London: Sage.

- Nash, K., Hight, C. y Summerhayes, C. (2014). *New Documentary Ecologies: Emerging Platforms, Practices and Discourses*. London: Palgrave Macmillan.
- Scott, F., y Wasiuta, M. (2011). Cybernetic Guerilla Warfare Revisited: From Klein Worms to Relational Circuits. *Massachusetts Institute of Technology Press Journals*, 44, 114-133.
- Sichel, B. (Ed.). (2006). *Primera generación. Arte e imagen en movimiento 1963-1986*. Madrid: Museo Nacional Reina Sofía.
- Simó, A., Ferreira, S. y Ortuño, P. (2016). Workshops interdisciplinares: implementación de metodologías de aprendizaje basado en proyectos y cooperativo. *Opción*, 32(10), 752 - 772.
- Villaplana-Ruiz, V. (2016). Tendencias discursivas: cine colaborativo, comunicación social y prácticas de participación en internet. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 12. Castellón: adComunica y Universitat Jaume I, 109-126. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.7>
- Villaplana-Ruiz, V. (2015). Cine colaborativo. Discursos, prácticas y multiplataforma digitales. Hacia una diversificación de formatos transmedia participativos en el Espacio Digital Europeo. *Fonseca, Journal of Communication*, 11, 88-117. Recuperado de: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/13436>
- White, P. (2015). Documentary Practice and Transnational Feminist Theory. En: Juhasz, A. y Lebon, A (Eds.) *A Companion to Contemporary Documentary Film*, (p.217-232). Oxford: Wiley Blackwell.
- Zafra, R. (2015). *Ojos y Capital*. Bilbao: Consoni.

Referencias web documentales y activismo transmedia:

- Abad, A. (2004). *Proyecto Megafone.net*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://megafone.net>
- Biemann, U. (2015). *World of Matter*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://www.worldofmatter>
- Boj, C., y Diaz, D. (2012). *GR-174*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://www.lalalab.org/gr-174/>

- Careli, V. (2015). *Video Nas Aldeias*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://www.videonasaldeias.org.br/2009>
- Colectivo Audiovisol. (2015) *Acampadasol*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://madrid.tomalaplaza.net/tv/>
- Lerner, R., y Court, M. (2015) *Quipu Project*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <https://interactive.quipu-project.com>
- Juhasz, A. (2007). *Feminist Online Activism: As Teaching/Community/Space Making*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: http://alexandrajuhasz.feministonlinespaces.com/archive_docs/index.php
- Mass Observation* Archivo University of Sussex de Brighton. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://www.massobs.org.uk>
- People's Video Theatre*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://www.vdb.org/titles/peoples-video-theater-reel>
- Rueb, T. (2005). *Itinerant*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://archive.turbulence.org/Works/itinerant/>
- Senra, A. (2014). *Veinte retratos de activistas queer LSD, La Radical Gay y RQTR*. YouTube. Documental Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=z-JrvnRwL44>
- Video Nation*. Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2016. Recuperado de: <http://www.bbc.co.uk/videonation/video>

OBRA
revista de comunicación
DIGITAL

EDITORIAL

Estrategias participativas y colaborativas en la narrativa factual

Participatory and collaborative strategies in factual narrative

pp. 7-11

Arnau Gifreu-Castells

ARTÍCULOS

**Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control:
metodologías participativas en ficción y no-ficción**

*Collaborative cinema, between discourses, experimentation and control:
participatory methodologies in fiction and non-fiction.*

pp. 13-25

Antoni Roig Telo

**Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada:
la web social**

*Cinema production, distribution and exhibition from a new perspective:
the social web*

pp. 27-51

Yasmín Sayán Casquino

**Re-construcciones visuales de la memoria: la interpretación crítica
del imaginario colectivo a través del webdocumental**

*Visual reconstructions of memory: the critical interpretation of the collective
imaginary through web documentaries*

pp. 53-67

Roberto Arnau Roselló

**El documental social participativo: el protagonista como sujeto
de la historia**

Participative social documentaries: the protagonist as the subject of the story

pp. 69-85

Jacobo Sucari

**La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo:
participación y navegación cognitiva**

*Image-based narrative in long-form transmedia journalism: participation and
cognitive navigation*

pp. 87-99

Denis Renó y Luciana Renó

La narrativa hipermedia en el museo. El presente del futuro

Hypermedia narratives in museums. The present of the future

pp. 101-121

**Borja Barinaga López, Isidro Moreno Sánchez y
Andrés Adolfo Navarro**

Activismo Transmedia. Narrativas de participación para el cambio social

Transmedia activism. Participatory narratives for social change

pp. 123-144

Pedro Ortuño Mengual y Virginia Villaplana Ruiz