



UNR Universidad
Nacional de Rosario

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Maestría en Comunicación Digital Interactiva – Modalidad Distancia

**WebDoc: narrativas digitales para la transmisión del patrimonio
histórico y cultural.**

Autor: MSc. Franklin Aguilera

Director: Dr. Pablo Escandón

Marzo, 2022

Secretaría de Investigación y Posgrado

Riobamba 250 Bis. Monoblock No 1 - C.U.R. - 2000EKF Rosario, Santa Fe. Argentina

+54 341 480 8521/22. Fax +54 341 480 8520

<http://www.fcpolit.unr.edu.ar>

investigacionyposgrado@fcpolit.unr.edu.ar

Dirección Maestría en Comunicación Digital Interactiva

Córdoba 1814 - 2do. piso of. 124 - S2000AXD Rosario, Santa Fe. Argentina

+54 341 480 2620/22 Int. 124

<http://www.unrinteractiva.com.ar/>

cdiunr@gmail.com



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FACULTAD DE CIENCIA POLITICA Y RELACIONES INTERNACIONALES

Quito, 31 de marzo de 2022

Sr. Director del Posgrado

Maestría en Comunicación Digital Interactiva – Modalidad a Distancia

Presente.

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente manifiesto mi conformidad con el contenido del Proyecto de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva – Modalidad a Distancia WebDoc: narrativas digitales para la transmisión del patrimonio histórico y cultural, presentada por FRANKLIN EDUARDO AGUILERA VACA, por lo que solicito se proceda a su evaluación.

Saludo a usted atentamente,

Dr. Pablo Escandón-Montenegro

DIRECTOR



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FACULTAD DE CIENCIA POLITICA Y RELACIONES INTERNACIONALES

Quito, 31 de marzo de 2022

Sr. Director del Posgrado

Maestría en Comunicación Digital Interactiva – Modalidad a Distancia

Presente.

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente autorizo la publicación en la página web de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales del texto completo y del resumen de mi proyecto aprobado y mi dirección de correo electrónico.

Saludo a usted atentamente,

Franklin Eduardo Aguilera Vaca

ALUMNO

Resumen

El presente estudio reflexiona sobre el uso del WebDoc para la transmisión del patrimonio histórico y cultural, con la finalidad de describir los procesos de remediación (Bolter y Grusin, 2000) y mediamorfosis (Fidler, 1998) por los que ha atravesado el documental tradicional y como intensifica su accionar en los entornos digitales y la implementación de estrategias narrativas desde los multimedia como piezas claves en la construcción del relato.

La recolección de la información se centra en la forma en cómo se produce, qué elementos deben tomarse en cuenta y cómo se configura el relato expandido y sus relaciones entre géneros y plataformas, visiones expuestas por creadores y académicos acerca del uso del WebDoc y la narrativa transmedia para temáticas históricas y patrimoniales que se posicionan como producciones expandidas en donde la lógica de la narrativa transmedia - expansión de los relatos- y sus estrategias -uso de narrativas digitales- potencian los diversos consumos de contenidos en diferentes plataformas.

Se plantea una estructura mediante un documental interactivo con contenidos programados para relatar el proceso histórico del extrañamiento de los Jesuitas de la Real Audiencia de Quito. La producción de los contenidos del webdoc remedian archivos históricos que se transmiten de manera interactiva, apoyados en las bondades de los espacios digitales para narrar este hecho histórico que sucedió de forma asincrónica en América Latina.

Palabras clave: WebDoc, narrativas digitales, patrimonio histórico y cultural.

Abstract

This study reflects on the use of the WebDoc for the transmission of historical and cultural heritage, in order to describe the processes of remediation (Bolter and Grusin, 2000) and mediamorphosis (Fidler, 1998) through which the traditional documentary has gone through and how it intensifies its actions in digital environments and the implementation of narrative strategies from multimedia as pieces in the construction of story keys.

The collection of information focuses on the way in which it is produced, what elements must be taken into account and the expanded story is configured and its relationships between genres and platforms, visions exposed by creators and academics about the use of WebDoc and transmedia narrative. for historical and heritage themes that are positioned as expanded productions where the logic of transmedia narrative - expansion of stories- and its strategies -use of digital narratives- enhance the various consumption of content on different platforms.

A structure is proposed through an interactive documentary with programmed contents to recount the historical process of the expulsion of the Jesuits from the Royal Audience of Quito. The production of the contents of the webdoc remedy historical archives that are transmitted interactively, supported by the benefits of digital spaces to narrate this historical event that happened asynchronously in Latin America.

Keywords: WebDoc, digital narratives, historical and cultural heritage.

Agradecimientos

Agradezco a mi madre, por el gran amor incondicional que siempre me ha dado y que para mí es invaluable y necesario en todo lo hago. Te doy las gracias mamita.

A mi director, Pablo Escandón, porque más allá de ser mi guía es mi amigo y socio que me motiva constantemente a producir y comprender las narrativas transmedia.

Índice

Introducción	1
Capítulo 1: Narrativas digitales	2
1.1. Mediamorfosis, remediación y nuevos medios	3
1.2. Narrativa hipermedia	7
1.3. Narrativa inmersiva	12
1.4. Documental interactivo y webdoc	13
1.5. Narrativa transmedia	21
Capítulo 2: Comunicación y patrimonio	24
2.1. Comunicación y memoria como información pública	25
2.2. Patrimonio y uso de narrativas hipermedia	30
2.3. La serialidad histórica: series de ficción y no ficción	40
2.3.1. La ficción y las tramas históricas	41
2.3.2. Serialidad de no ficción y patrimonio	42
Capítulo 3: Metodología	52
Capítulo 4: Maqueta	61
Conclusiones	72
Bibliografía	74
Anexos	77

Índice de gráficos

Gráfico 1: Comunicación global	26
Gráfico 2: Home page Museo Numismático	31
Gráfico 3: El Banco Central del Ecuador	32
Gráfico 4: El reto constructivo y estético	32
Gráfico 5: El edificio y la modernización de Quito	33
Gráfico 6: Sala de la República	34
Gráfico 7: Sala Prehispánica	34
Gráfico 8: Panorama 360	35
Gráfico 9: Casa de muñecas Museo Numismático	36
Gráfico 10: Recorrido virtual Museo Numismático	36
Gráfico 11: Recorrido virtual Museo Numismático	37
Gráfico 12: Home Quito, el otro turismo	44
Gráfico 13: Ruta Égüez Quito, el otro turismo	45
Gráfico 14: Menú Quito, el otro turismo	45
Gráfico 15: Home Las Sinsombrero	46
Gráfico 16: Documental interactivo Las Sinsombrero	47
Gráfico 17: Explora Media Las Sinsombrero	48
Gráfico 18: Sección Participa Las Sinsombrero	48
Gráfico 19: Sección Participa Las Sinsombrero	49
Gráfico 20: Instagram Las Sinsombrero	49
Gráfico 21: Home Malvinas 30 y Proyecto Walsh	50
Gráfico 22: Mapa Real Audiencia de Quito	61
Gráfico 23: Home del proyecto	63
Gráfico 24: Mapas de ubicación	64
Gráfico 25: Portada y contraportada El Ángel y su sombra	65
Gráfico 26: Catálogo e inventarios recopilados por el Padre Francisco Piñas Rubio ...	66
Gráfico 27: Portada libro Los Jesuitas Quiteños del Extrañamiento	66
Gráfico 28: Sección Antecedentes	68
Gráfica 29: Mapas de ubicación	69
Gráfica 30: Ubicación a través de Google Maps	69
Gráfico 31: Mapas de ubicación	70
Gráfico 32: Colorimetría	71

Gráfico 33: Familia tipográfica que se usará en el proyecto	71
---	----

Introducción

El presente proyecto plantea la evolución de los medios, formatos y contenidos desde la transformación mediática en relación con los avances tecnológicos y las audiencias vinculadas al contexto y la cultura en la que se desarrollan los contenidos. Al cambiar las líneas narrativas se permite generar un nuevo diseño estratégico y discursivo desde las dimensiones técnicas y estéticas para mejorar las experiencias de los usuarios a través del documental interactivo.

Se abordan procesos de comunicación patrimonial en los espacios físicos y digitales, y cómo esta variedad de propuestas resalta el interés de las audiencias en los hechos históricos y culturales. De esta manera, se buscan nuevas lecturas para la comprensión de la cultura y el patrimonio desde la memoria. Se plantean estudios de caso que sirven de guía en la construcción de un proyecto y el aporte discursivo vinculado a la participación de los usuarios.

El uso de una metodología de investigación de carácter cualitativo permite una recolección de datos claves para la producción de un documental interactivo que se relaciona con los formatos y las plataformas adecuadas para su construcción. Se aplicaron entrevistas a profundidad a un grupo de expertos en producción de documentales expansivos que nos permiten reflexionar sobre la temática propuesta en este trabajo.

Al final se plantea una estructura base para la producción de contenidos programados para la elaboración de un webdoc sobre el proceso de expulsión de la orden jesuita de los territorios de la corona española.

Capítulo 1. Narrativas digitales.

La evolución de los medios, los formatos y los contenidos no son producto de innovaciones aisladas o creadas en laboratorios sin impacto en la población; toda transformación mediática responde a un uso, contexto y cultura, tanto de los productores como de los consumidores de contenidos mediáticos. La modificación de los medios tradicionales, debido a las plataformas digitales y móviles, hace que repensemos los contenidos y sus elementos, ya que no existen medios iguales, pero a la vez cada plataforma o soporte tiene su lenguaje y gramática propias.

Las posibilidades tecnológicas cambian la línea narrativa y permiten un nuevo diseño de estrategias discursivas con dimensiones técnicas y estéticas que mejoran las experiencias de interactividad con los usuarios para que realicen una inmersión y una vinculación con los espacios en los que son participes. Convertirse en buenos narradores provee el poder personal para guiar, motivar, entretener, educar e inspirar a los demás mediante una historia ingeniosa (Porter, 2008). Expandir las narrativas en diversos universos, entiendo la lógica de cada medio y contar historias o que la gente cuente su propia historia, nos brinda una mirada común e integradora desde los usuarios.

La convergencia entre los medios tradicionales, el arte de contar historias y las herramientas hipermedia crean una nueva forma de narrar. El relato digital integra un modelo de lenguaje particular que proporciona contenidos multiplataforma y navegabilidad interactiva para construir comunidades de conocimientos.

Las experiencias narrativas emplean enfoques viables para que los usuarios formen parte activa (participativa, interactiva e inmersiva) y se envuelvan en las historias. Cada recurso apela a la mentalidad del usuario por aprender sobre lo que la historia tiene para ofrecer y la capacidad que tenga el relato (forma y contenido) para permanecer en la memoria de la persona. Los entornos digitales tienen la capacidad de construir narrativa desde lo estético y funcional, pero provocan una mejor articulación hacia la representación y la interpretación en la que se percibe el relato compuesto de elementos como la navegación y recursos multimedia.

1.1.- Mediamorfosis, remediación y nuevos medios.

La mediamorfosis establece que los medios de comunicación se transforman debido a la innovación tecnológica que entra en contacto con la innovación social y los requerimientos políticos y la competencia del medio (Fidler, 1998, p. 57); por lo tanto, se produce una interacción de necesidades muy complejas, que no tienen que ver exclusivamente con la evolución mediática, y que esta no se origina de manera espontánea ni autónoma, ya que depende de la interrelación socio-tecnológica entre los usuarios y productores.

Para Fidler (1998), esta no es una teoría sino una forma de pensar sobre la evolución de los medios de comunicación desde una perspectiva total; es decir, se la mira desde los diversos componentes que aportan a esta evolución que es gradual y que va complementando a las otras formas mediáticas que no desaparecen, sino que evolucionan, que toman lo mejor de la otra forma y la hacen propia.

Bolter y Grusin (2000) plantean la remediación, un término similar a lo que Fidler (1998) establece como mediamorfosis. Para estos investigadores, la remediación existe cuando un medio se representa en otro. Por lo tanto, los medios digitales o nuevos medios hacen remediación cuando se mimetizan con las interfaces de los analógicos en la pantalla del computador, con la finalidad de hacerlos transparentes.

La remediación es una nueva lectura, adaptación o interpretación libre, en donde se puede tener la esencia del medio anterior, pero con las características del medio digital y donde las lógicas del nuevo se presentan como innovaciones o mejoras del anterior (Bolter y Grusin, 2000).

...Finalmente, la remediación es una reforma en el sentido de que los medios reforman la realidad misma. No es que los medios de comunicación simplemente reforman la apariencia de la realidad. Los medios híbridos (las afiliaciones de artefactos técnicos, justificaciones retóricas y relaciones sociales) son tan reales como los objetos de la ciencia (Bolter y Grusin, 2000, p. 61).

Remediación o mediamorfosis, ambas propuestas establecen que la transformación de los medios de comunicación tiene referencia a los anteriores y su

evolución adopta y adapta los usos tecnológicos y sociales del medio vernáculo en el innovador, con la finalidad de que no se generen cortocircuitos en el usuario al momento de consumirlos y desarrollarlos.

A diferencia de Bolter y Grusin (2000), Fidler (1998) establece los seis principios de la mediamorfosis, que se pueden complementar con las características de los nuevos medios establecida por Manovich (2006).

1. Coevolución y coexistencia: Todas las formas de medios de comunicación coexisten y coevolucionan dentro de un sistema complejo adaptivo en expansión. Al emerger y desarrollarse, cada nueva forma, influye, con el tiempo y en diversos grados, en el desarrollo de todas las demás.

2. Metamorfosis: Los nuevos medios no aparecen espontáneamente e independientes; emergen gradualmente de la metamorfosis de medios más antiguos. Cuando emergen nuevas formas, las formas más antiguas tienden a adaptarse y continúan evolucionando en vez de morir.

3. Propagación: Las formas emergentes de medios de comunicación propagan los rasgos dominantes de formas anteriores. Estos rasgos se transmiten y esparcen a través de códigos de comunicación llamados lenguajes.

4. Supervivencia: Todas las formas de medios de comunicación, así como las empresas de medios, están compelidos a adaptarse y evolucionar para sobrevivir en un medio cambiante. Su única otra opción es morir.

5. Oportunidad y necesidad: Los nuevos medios no se adoptan ampliamente solo en mérito a la tecnología. Siempre debe haber una oportunidad, además de una razón social, política o económica que lo motive, para que se desarrolle una nueva tecnología de medios.

6. Adopción postergada: Las nuevas tecnologías de medios siempre tardan más de lo esperado en convertirse en éxitos comerciales. Tienden a requerir al menos una

generación (20-30 años) para progresar de la demostración del concepto a su adopción generalizada. (Fidler, 1998, p. 66).

Para Lev Manovich (2006) los nuevos medios, basados en su propuesta de software cultural, al igual que Fidler (1998) tienen seis elementos:

1. Los nuevos medios son medios analógicos convertidos a una representación digital. A diferencia de los medios analógicos, que son continuos, los medios codificados digitalmente son discretos.

2. Todos los soportes digitales (los textos, las imágenes fijas, la información del tiempo en video o audio, las formas y los espacios tridimensionales) comparten el mismo código digital, lo cual permite que distintos tipos de soportes se presenten por medio de una sola máquina, el ordenador, que actúa como un dispositivo de presentación multimedia.

3. Los nuevos medios permiten el acceso aleatorio. A diferencia de la película o de la cinta de video, que guarda los datos de manera secuencial, los mecanismos de almacenamiento informático permiten acceder a cualquier elemento a la misma velocidad.

4. La digitalización comporta inevitablemente una pérdida de información. A diferencia de la representación analógica, una representación digitalmente codificada contiene una cantidad fija de información.

5. A diferencia de los viejos medios, en los que cada copia sucesiva sufría una pérdida de calidad, los medios codificados digitalmente se pueden copiar de manera ilimitada sin degradación.

6. Los nuevos medios son interactivos. A diferencia de los viejos medios, donde el orden de presentación viene fijado, ahora el usuario puede interactuar con el objeto mediático. En ese proceso de interacción puede elegir qué elementos se muestran o qué rutas seguir, generando así una obra única. En este sentido, el usuario se vuelve coautor de la obra (Manovich, 2006, págs. 20-21).

El consumo de información en los medios digitales está en las interfaces (Manovich, 2012), que incluyen formas de comunicación, lenguajes y formatos de los distintos medios existentes y que intercambian sus propiedades y reglas para crear nuevas estructuras narrativas o contenidos, propios del medio híbrido, que crea una nueva interfaz, codificada con un lenguaje diferente en un soporte nuevo. De esta manera, la remediación (Bolter y Grusin, 2000) y la mediamorfosis (Fidler, 1998) originan nuevos formatos y lenguajes mediáticos en los soportes digitales.

Los medios híbridos, según Manovich (2012), incluyen lenguajes de los distintos medios existentes (remediación/mediamorfosis) y que intercambian sus respectivas propiedades y retóricas para crear nuevas estructuras narrativas, propias del medio híbrido (remediación/mediamorfosis).

Los medios híbridos crean una propia estructura informática de la narrativa, crean una nueva interfaz, codificada con un lenguaje diferente en un soporte nuevo. Los nuevos medios transforman los videos, los audios, los textos, en su estructura y visualización, que afectan la forma de consumo y circulación entre los receptores, quienes han generado hábitos de consumo cultural propios del soporte: comparten, crean y viralizan contenidos; se apropian de algo y lo difunden entre las demás pantallas.

Al vincular lo establecido por Bolter y Grusin (2000), el género documental hace remediación desde las estructuras analógicas del documental tradicional (cine y televisión) y la aparición del medio digital con características propias de sus interfaces - interrelación socio-tecnológica entre los usuarios y productores- que generan innovaciones, mejoras y lógicas de producción.

El documental interactivo, en tiempos de cultural digital, se ha globalizado y popularizado con la explosión de programas informáticos que han hecho de la industria cultural (cine, televisión, radio, producción editorial y periodística) una actividad diferente a como se hacía hasta los años 90 del siglo pasado, cuando la popularización de software para edición audiovisual o la propia Web no permitía transmisiones como las conocemos ahora.

En cierto modo, se produce un principio de fusión a partir de una atracción mutua: el género documental aporta sus variadas modalidades de representación de la realidad, y el medio digital, las nuevas modalidades de navegación y de interacción (Gifreu-Castells, 2010, p. 10).

La evolución del medio audiovisual -en una plataforma digital- cambia la forma tradicional de producción, distribución y consumo. Los espacios digitales conectan con los usuarios desde el acceso a contenidos y apreciación estética. Lo que cambia son las herramientas -*hardware* o *software*- que nos permiten el contacto con los contenidos y que, en muchas situaciones, responden a los deseos del consumidor (Canavilhas, 2011, p. 20).

1.2.- Narrativa hipermedia.

Las redes sociales digitales y los hábitos de consumo de medios, establecen nuevos retos para compartir procesos y ampliar las capacidades comunicativas con y entre la ciudadanía desde la participación activa y la incidencia social apoyada en el formato y la plataformización de contenidos.

Frente a la mencionada plataformización, la construcción de historias y discursos (Moreno, 2002) tiene una configuración tradicional, pero su puesta en escena es la que varía de acuerdo con el formato, el género y, principalmente, la plataforma.

Si bien la narrativa hipermedia se fundamenta en la lógica aristotélica de inicio, desarrollo y final, la inclusión del hipertexto hace que se reconfigure la narrativa tradicional (Landow, 2009) y se alteren las formas de contar las historias con una inclusión importante: la participación del usuario, pues en los ambientes hipermedia, la progresión de la narrativa está íntima y estrechamente ligada a la existencia de lo que Moreno (2002) llama lectoautor.

De esta manera, la linealidad y univocidad de causas y consecuencias narrativas se rompen y la no linealidad (Landow, 2009) se impone junto con las decisiones que tomará el lectoautor.

Este es el elemento más revolucionario que incorpora la narrativa digital, fundamentalmente adoptada de los videojuegos (Mora, 2009), pues en estos espacios lúdicos, las acciones que realiza el usuario son las que hacen que la historia progrese, se detenga o finalice, de acuerdo con la destreza que el propio usuario tenga en la interfaz del videojuego.

Los elementos básicos de toda historia son: personajes, espacio, el tiempo y acción (Moreno, 2002), pero en la interfaz hipermedia, se generan transformaciones digitales y participativas de estos elementos; así entonces los personajes pueden ser avatares o configuraciones gráficas, el tiempo tiene relación no solo con la historia sino con la temporalidad de su consumo en pantalla y las acciones tienen sus reacciones debido al uso intencionado de los hipertextos.

Ahora bien, el elemento del espacio es, quizá, uno de los más importantes en la narrativa hipermedia, pues se debe crear o reproducir uno para que los personajes realicen las acciones y que los lectoautores (Moreno, 2002) decidan qué itinerarios cumplir en un texto no lineal e hipertextual (Landow, 2009).

El espacio narrativo tiene su relación directa con la interfaz hipermedia y, en este sentido, “la estructura narrativa se materializa en las expresiones multimedia que se articulan en el diseño de la interfaz” (Mora, 2009, p. 169), por lo tanto, la construcción espacial del entorno es de vital importancia para el desarrollo de la historia, ya que, sin un adecuado escenario completamente accesible y ergonómico, por donde el lectoautor o usuario pueda moverse, la historia no avanzará.

Isidro Moreno establece algunos parámetros de desarrollo del espacio narrativo hipermedia para ser tomados en cuenta, entre ellos, la bidimensionalidad o tridimensionalidad; la perspectiva, con su tamaño, escala, posición y punto de vista; el foco y desenfoco; la temperatura y color y el atrezzo (Moreno, 2002), para que el espacio sea un elemento fundamental en la narrativa, pues se pueden sugerir o mostrar espacios, como en las producciones audiovisuales y/o teatrales, en donde el usuario forma parte del relato, pero aquí con mayor implicación, ya que por medio del hipertexto, se rompe la denominada cuarta pared y el usuario puede ser parte de la narrativa.

En ocasiones, el espacio se convierte en protagonista de la obra, como ocurre en buena parte de los programas de realidad virtual o de realidad virtual restringida. La dificultad de añadir personajes virtuales, que mimeticen las características de los naturales interaccionando con el lector, hace que el espacio audiovisual, con sus amueblamientos, sea la razón del programa, y su exploración por el lector, como único protagonista, la razón de ser de la obra (Moreno, 2002, p. 103).

La estructura narrativa del relato hipermedia es abierta, fundamentalmente, (Mora, 2009), debido a que la elección del lector determina el grado de participación e implicación en la historia, pero ello también depende del espacio creado en la interfaz y como dice Moreno, la exploración del lector como protagonista.

Mora (2009) recupera este elemento participativo y decisorio del lector planteado por Moreno (2002) en la historia y lo vincula con la interfaz hipermedia, a partir de tres formas de participación y su relación con la usabilidad del videojuego: la selectiva, la transformativa y la constructiva:

- a) Participación selectiva: Se da cuando la interactividad se reduce exclusivamente a seleccionar entre las expresiones, representaciones y contenidos comprendidos como opciones limitadas que el software presenta y que están predefinidas por el autor original del juego o hipermedia. Posibilidades de interacción reducidas.
- b) Participación transformativa: El usuario no sólo selecciona los contenidos, expresiones y representaciones propuestos por el autor, sino que también puede transformarlos o modificarlos. Son aquellas posibilidades de interacción y sensación de influenciar el desarrollo.
- c) Participación constructiva: El programa permite al usuario seleccionar, transformar e incluso construir nuevas propuestas que no había previsto el autor original; también puede modificar las expresiones y representaciones creando una nueva base de datos de expresiones, representaciones, contenidos o incluso desarrollar una nueva combinación de los mismos que podría introducirse en un nuevo sistema de comunicación multidireccional mutante. Infinitas posibilidades de interacción que hacen sentir al jugador protagonista y autor del juego (Mora, 2009, p. 174).

Con esta tipología, la participación transformativa y constructiva del usuario o lector (Moreno, 2002) en el relato son las que promueven la mayoría de las historias interactivas de ficción y no ficción, que luego tendrán su concreción en los diferentes formatos y géneros que usa el transmedia, en donde el usuario es un actante activo dentro de la progresión dramática (Genette, 1989), lo que también se conoce como inmersividad dentro del relato.

Esta forma de participación en el relato es lo que Mora (2009) denomina narrativa hipermedia dramática, en la cual el usuario es entendido como un jugador que cumple una función de personaje, y de esta manera no está junto a la historia, sino que está dentro de ella. Esta definición la hace el investigador (Mora, 2009) a partir de su estudio sobre la interfaz hipermedia de los juegos de video entre adolescentes y su forma de participación y transformación en la narrativa.

La narrativa hipermedia se transforma y se diferencia de la tradicional manera de contar una historia (aristotélica), de acuerdo con las siguientes propiedades, mencionadas por Murray (en Mora, 2009, p. 192): “Realización vs. Descripción; Intensificación vs. Extensificación; Unidad de Acción vs. Estructura Episódica”.

La realización tiene referencia directa con la acción, pues la dramática hipermedia no es de descripción, sino fundamentalmente de acción para contar la historia (Mora, 2009).

En cuanto a la intensificación, se refiere a la organización de elementos narrativos o incidentes, de forma acumulativa y complementaria, que aportan a incrementar la emoción del relato y condensar el tiempo; estas unidades narrativas pueden ser exploradas por el usuario, de manera tal que se expanden el propio tiempo y las emociones, al tener variedad de interpretaciones de un hecho (Mora, 2009).

La unidad de acción también tiene relación con la organización de los incidentes, pero desde una relación causal con la acción central o línea dramática principal, característica fundamental del drama, pues las líneas dramáticas secundarias aportan a la construcción y entendimiento de la acción principal. “Las narrativas tienden a emplear una estructura episódica, en la que la historia consiste en una colección de incidentes causales relacionados (Mora, 2009, p. 193).

De esta manera, la narrativa hipermedia siempre es episódica, multicausal, inmersiva y participativa, con lo cual, rompe la tradición del relato aristotélico en donde el lector, dependiendo del punto de vista o del narrador, puede o no ser parte de la historia, mientras que, en el relato hipermedia, esa es la característica fundamental para que la narrativa progrese.

Para Pajares Tosca (2004), el relato digital es hipertextual, multilineal, multimedia, interactivo, dinámico y conectado, lo que se complementa con lo que propone Murray (1999) sobre los entornos digitales y sus elementos: sucesivos, participativos, espaciales y enciclopédicos.

Los entornos digitales son secuenciales o sucesivos, porque están organizados mediante entrada y salida de información, predeterminada, es decir por programación algorítmica:

... Es sorprendente la frecuencia con que olvidamos que el ordenador se rige por una secuencia de procedimientos. Aunque podemos hablar de autopistas de la información y vallas de anuncios en el ciberespacio, el ordenador no es un cable o un sendero, sino un motor. No fue diseñado para transportar información estática, sino para realizar una serie de operaciones complejas y dependientes unas de otras (Murray, 1999, p. 83).

Los entornos digitales son participativos porque el usuario es quien decide los itinerarios que tendrá su navegación, con lo cual la historia no depende de un narrador o de cómo se dispuso la trama de manera única; los creadores de los relatos digitales, que se producen en los entornos, toman en cuenta al usuario como actor importante:

...La sucesión de procedimientos nos resulta atractiva no porque el ordenador se comporte de acuerdo con un código de reglas, sino porque nosotros podemos provocar ciertos comportamientos (Murray, 1999, p. 85-86).

Los entornos digitales son espaciales porque representan un espacio navegable donde el usuario se mueve y se desplaza, mediante la aplicación de los dos elementos anteriores, la participación y la secuencialidad.

...La cualidad espacial del ordenador surge gracias al proceso interactivo de navegación. Sabemos que estamos en un lugar determinado porque cuando damos una orden con el teclado o el ratón, la pantalla (con texto o gráficos) cambia según lo que hayamos ordenado (Murray, 1999, p. 92).

Los entornos digitales son enciclopédicos, pues tienen la capacidad de procesar grandes cantidades de información digital, con lo cual se pueden generar infinitas posibilidades narrativas y de expresión gráfica con mucho detalle: “Ofrece a los escritores la oportunidad de contar historias desde distintos puntos de vista y de construir historias entrecruzadas que formen una red densa de gran alcance” (Murray, 1999, p. 96).

1.3.- Narrativa inmersiva.

Al hablar de inmersión o inmersividad en el relato es necesario remitirse a la creación literaria, pues como lo indica Marie-Laure Ryan (2004), mucho antes de los sistemas de Realidad Virtual para sus dramatizaciones y versiones de historias y recreación de mundos reales.

Los autores literarios ya trataron sobre la participación del lector en las historias: Charlotte Brontë, Joseph Conrad e Ítalo Calvino; fundamentalmente este último es quien más se asemeja a lo que la narrativa hipermedia e inmersiva realiza cuando da sus instrucciones al lector (Ryan, 2004); y mucho antes, Baudelaire se habría dirigido a su hipócrita lector, para que fuera parte del ambiente lírico en *Las flores del mal*.

Ryan (2004) se remite a la inmersión que crean los mundos narrativos literarios a partir de la interfaz tecnológica del libro (Scolari, 2018), con lo cual establece cuatro grados de inmersión, que bien pueden ser trasladados a los medios digitales.

1. Concentración. El tipo de atención que dedicamos a las obras difíciles, no inmersivas. En este estado, el mundo textual (si es que el texto proyecta alguno) ofrece tanta resistencia que el lector es en todo momento altamente vulnerable a los estímulos y distracciones de la realidad exterior (Ryan, 2004, p. 125).

Este grado de no inmersividad, como lo dice la propia autora, se da incluso en los espacios digitales que son meramente informativos y no contienen relatos, sino solo datos no organizados para contar una historia, en donde no hay compromiso del usuario con la interfaz, sino solo un cumplimiento de acciones secuenciales para obtener un resultado transaccional.

2. Implicación imaginativa. La actitud de «sujeto dividido» del lector que se transporta al interior del texto, pero sigue siendo capaz de contemplarlo con un distanciamiento estético o epistemológico. En el caso de las narraciones de ficción el lector dividido está atento al acto lingüístico del narrador en el mundo textual como a la calidad del trabajo del autor en el mundo real. En el caso de la no ficción, el lector se adentra emocional e imaginativamente en la situación representada, pero mantiene una actitud crítica, pendiente de la exactitud de lo que se cuenta y de los mecanismos retóricos mediante los cuales el autor defiende su versión de los hechos (Ryan, 2004, p. 125).

Con este segundo grado ya se tiene una inmersión en la que el usuario toma parte del relato y se abstrae del mundo exterior, lo que no ocurría en el de no inmersividad, aunque el lectousuario (Moreno, 2002) toma de manera crítica lo narrado o expuesto por el autor, pero la historia funciona tanto en cuanto se la confronta con la realidad de los hechos o los varios contextos. Aquí, gracias al hipertexto, se pueden generar itinerarios que cumplen con esta función: ser críticos con el relato y cuestionar una vía única, y así presentar rutas o itinerarios alternos sobre una causa o un final.

3. Encantamiento. El placer irreflexivo del lector que está tan completamente atrapado en la lectura que pierde de vista todo lo exterior a la misma, incluyendo las cualidades estéticas del trabajo del autor o el valor de las afirmaciones que se realizan en el texto. En este grado de inmersión, el lenguaje desaparece por completo (Ryan, 2004, p. 125).

Este grado de inmersividad tiene relación con la construcción coherente del mundo creado, por lo cual el usuario no cuestiona, sino que acepta todos los elementos, e incluso los errores son parte constitutiva del mundo y sin ellos no sería tal, con lo cual el elemento de construcción básico del relato, en este caso, el lenguaje, se vuelve transparente. Muchos de los grandes best sellers están en este grado.

4. Adicción. Esta categoría cubre dos casos: a) la actitud del lector que busca escapar de la realidad, pero no puede encontrar un hogar en el mundo textual, porque lo atraviesa demasiado rápido y de manera demasiado compulsiva como para disfrutar del paisaje y b) la pérdida de la capacidad para distinguir los mundos textuales, especialmente los de ficción, del mundo real (lo que yo denomino el síndrome de Don Quijote) (Ryan 2004, p. 125).

Bien puede aplicarse este grado sobre lo que es la narrativa transmedia y la expansión del relato, pues se extiende más allá del dispositivo libro, es decir, más allá de la lógica aristotélica de construcción del relato, también, que se expande por plataformas. De esta manera, el relato y su mundo narrado tienen que ubicarse en los espacios mediáticos más acordes. Es entonces, que la adicción que menciona la autora hace que el usuario consuma todos los productos comunicacionales relativos a la historia y, además,

que se sienta parte del relato, como un personaje más, lo cual hace el relato digital o hipermedia con el uso de la interfaz hipermedia (Mora, 2009).

Precisamente este autor desarrolla el concepto de inmersión comunicativa a partir de lo que propone Loyall (en Mora, 2009), quien dice que la inmersión se produce porque la construcción de los personajes es muy verosímil, y así el participante, dice el autor (Loyall en Mora, 2009), se interesará por su vida y por los actos que este realiza, sean de agrado o desagrado, pero logran que el usuario se emocione con la progresión narrativa que hace el personaje en el espacio digital hipermedia.

Es así como los entornos digitales e hipermedia recrean y evolucionan las formas de inmersividad de los relatos provenientes de otros medios y los adaptan a sus plataformas con la finalidad de que el usuario participe activamente en el relato y se abstraiga del mundo exterior y crea en el relato, para lo cual los entornos digitales deben cumplir con ciertas condiciones.

Como se vio anteriormente, Murray (1999) establece las cuatro propiedades esenciales de los entornos digitales: sucesivos, participativos, espaciales y enciclopédicos y los dos últimos, tienen que ver con la expansión del relato y su posibilidad de exploración, por lo cual se vuelve inmersivo. La inmersión, para esta autora (Murray, 1999), es una experiencia de traslado ficticio a un lugar muy elaborado, “independientemente del contenido de la fantasía” (p. 111).

Esta experiencia es la que denominaremos <<inmersión>>. Es éste un término metafórico derivado de la percepción física de estar sumergido en el agua. En una experiencia de inmersión psicológica buscamos lo mismo que cuando nos zambullimos en el océano o en una piscina: la sensación de estar rodeados por una realidad completamente diferente, tan diferente como el agua lo es del aire, algo que requiere toda nuestra atención y concentra nuestros sentidos. Nos divierte el momento fuera de nuestro mundo habitual, la sensación de alerta que se despierta al estar en un lugar nuevo, y el placer de aprender a moverse en él. La inmersión puede llevar consigo el que la mente se vaya inundando de sensación, el desbordamiento de estimulación sensorial que causaban los televisores de la novela de Bradbury, Fahrenheit 451. Mucha gente escucha música de esta manera, como si las partes verbales del cerebro se ahogasen placenteramente. Pero en un medio participativo, la inmersión implica aprender a nadar, a hacer las cosas que el nuevo entorno nos permite (Murray, 1999, p. 111).

Para esta autora, además, la inmersión que experimentamos en los espacios mediados por computadores es similar a la del teatro participativo, ya que aprendemos poco a poco, como lo hacen los actores, quienes representan roles y experimentan emociones, a pesar de que no sean reales ni auténticas, pero que son percibidas como tales debido al alto desarrollo de sensibilidades a causa de las características de persuasión que se producen en el espacio digital, concebido como un lugar encantado en donde el computador es, a la vez, un espacio privado e íntimo, por lo cual las pantallas se convierten en interfaces “liminares, en el umbral entre la realidad exterior y nuestras propias mentes” (Murray, 1999, p. 112, 138).

Al entrar al computador estamos consumiendo reorganizaciones simbólicas del mundo, lo mismo que sucede con un periódico o un libro, pero el escenario reproduce dimensional y multimediáticamente esa realidad (imagen, sonido, etc.), lo que hace que entremos a un mundo y naveguemos por ese espacio, que es la inmersión.

La experiencia de la inmersión es netamente emocional y de relaciones de experiencias anteriores en el mundo real, como lo precisa Marie-Laure Ryan (2004) en cuanto leemos una obra de ficción, en donde se siente miedo, alegría, tristeza o frustración. A decir de la autora, “el proceso de construcción de un mundo requiere la activación de marcos de conocimiento familiares, así como la importación de nuestra experiencia en un mundo real (p. 206). Es así que la narración virtual, comprendida como inmersión espacial, temporal y emocional es un punto inicial para sentir experiencias y sensaciones, no un punto de llegada, que es cuando retornamos a la narración real (Ryan, 2004, p. 209).

Gifreu-Castells (2016) indica que la inmersión en espacios digitales se produce mediante “la representación visual y la interacción con las historias que posibilitan las tecnologías digitales” (Gifreu-Castells, 2016, p. 56), lo cual complementa lo que se ha expuesto anteriormente, debido a que la inmersividad de un relato radica, inicialmente en la forma cómo está concebido el mundo narrativo y que se potencia por las plataformas digitales y sus herramientas para afectar a los sentidos, mediante la interfaz, con lo que coincide con Moreno (2002) y Mora (2009).

Todo relato digital e inmersivo es espacial, como bien lo indica Gifreu-Castells (2016), al citar a de la Peña, ya que en las interfaces se requieren de acciones en las que los usuarios estén representados y, además, se sientan identificados, sea con avatares o con otros elementos, pero que a final de cuentas reproduzcan la sensación de estar presentes.

Eva Domínguez (2012) establece los componentes formales del relato inmersivo, que son el escenario, en este caso la interfaz, como espacio de la acción, y la acción propiamente dicha.

La promesa de la narrativa digital es que la inmersión no solo es posible en los medios digitales igual que en cualquier otro, sino que está vinculada a una capacidad propia del medio digital, la de interactuar con la interfaz, que involucra al participante en la narración más allá de sus capacidades imaginativas, puesto que ha de realizar acciones físicas sobre ella, a través de un clic del ratón del ordenador o de otros dispositivos (Domínguez, 2012, p. 116).

La interfaz es el espacio donde se genera la historia y donde el usuario o lectoautor (Moreno, 2002) hace que el drama progrese con sus intervenciones o acciones físicas mediante los enlaces, por lo tanto, la hipertextualidad es una herramienta fundamental para el progreso del relato, pues la “cooperación del lector para el avance de la historia no es exclusivamente interpretativa, sino que se extiende a su acción, sin la cual el lector no podrá recorrer la narrativa” (Domínguez, 2012, p. 116).

El lectoautor (Moreno, 2002) debe cooperar de dos maneras en el relato digital para sentirse dentro de la narrativa, es decir, inmerso: de manera interpretativa y de manera física, pues las acciones lo transportan y “le recuerdan la frontera entre el mundo simulado y el mundo real” (Domínguez, 2012, 119), pero esta acción no es solo mecánica, sino que debe hacer que el relato progrese, como si el usuario fuera uno de los personajes.

Este tipo de acción es el que los teóricos de la narrativa digital consideran distintivo de los relatos interactivos. Es, al mismo tiempo, el mayor reto y obstáculo para la inmersión, puesto que ésta implica una colaboración extrañoemática que se vehicula a través de la interacción con los personajes y con el escenario. Por tanto, la acción, entendida como interacción con el relato y su manifestación visual, es decir, con el escenario o interfaz gráfica y los personajes, es de vital importancia para la retórica de la inmersión interactiva (Domínguez, 2012, 119).

Es así como la interfaz es el elemento más importante dentro de la narrativa digital inmersiva, pues en ella está la potenciación del relato y la participación activa del usuario.

1.4.- Documental interactivo y webdoc.

Para Carlos Obando Arroyave (2017) el documental interactivo, así como el webdoc, el expandido, el 360 y la no ficción interactiva son términos similares para referirse al mismo género o formato: “un documental que explora y explota la naturaleza de la web 2.0” (Obando Arroyave, 2017, p. 57), es decir, que el documentalista actual se convierte en un organizador de espacios para llenarlos con contenidos en varios lenguajes con la finalidad de que el usuario participe de la narrativa bajo la identificación de “diferentes lógicas de documentar la realidad y percibir esta desde una perspectiva que evidencia nuevos modelos de la subjetividad, adquiriendo simples comentarios o como cocreador y consumidor activo” (Ibid, p. 58).

Gifreu-Castells (2011, 2013) ha trabajado sobre la evolución de este género, desde una perspectiva integradora y complementaria entre el audiovisual cinematográfico y la informática. En sus trabajos establece parangones diacrónicos de evolución de cada ámbito y propone que este género, si se lo puede llamar así, está en constante transformación, por tanto, es abierto, tanto en su configuración teórica como en su concreción práctica de realización.

Lo que sí deja claro es que esta producción interactiva, como discurso, tiene un vínculo directo con la realidad del usuario y su entorno (2011):

Los documentales multimedia interactivos pretenden representar y, al mismo tiempo, interactuar con la realidad, hecho que implica la consideración y utilización de un conjunto de técnicas o modos para hacerlo (modalidades de navegación e interacción), las cuales se convierten, en esta nueva forma de comunicación, en el elemento clave para alcanzar los objetivos del documental. La estructura del interactivo puede partir de una o varias perspectivas diferentes y puede acabar en un punto determinado para el autor, pero también admite una estructura con varios desarrollos que contempla diferentes recorridos y desenlaces (Gifreu-Castells, 2011, párrafo 22).

Obando Arroyave (2017) coincide y aporta con que el usuario es mucho más activo en esta “experiencia visual” (p. 58) mediante la navegación en la interfaz, lo que se convierte en un juego entretenido que puede ampliar o modificar el contenido, por lo tanto, se lo conoce como “documental expandido, es decir, que crece con el aporte de los usuarios que lo ven” (p. 58).

Gifreu-Castells (2011) concluye que este género interactivo es una tipología de hipertexto más evolucionado que ofrece la oportunidad de aprender jugando y denomina a los usuarios como interactores y, además, identifica características más enriquecedoras que posee la no ficción documental y sus cercanías con la ficción:

Por lo tanto, observamos cómo un interactivo documental puede satisfacer una triple necesidad y/o voluntad: la propia del jugador (lúdica), la del estudiante o la persona con inquietudes culturales (educativa y/o formativa) y la relacional (a nivel de comunicación con otros participantes). Creemos que, mediante la combinación correcta de estos tres aspectos, se consigue equiparar en atractivo las aplicaciones multimedia de no ficción con propuestas cercanas a la ficción (Gifreu-Castells, 2011, párrafo 32).

Vázquez-Herrero y Moreno (2017) coinciden con Obando Arroyave (2017) en que el documental interactivo también es identificado como webdoc o documental web, pero, además, proporcionan otras denominaciones como idoc o el documental transmedia, con sus respectivas variaciones y particularidades. En definitiva, documental interactivo o webdoc es el género mayor para todas las producciones interactivas, digitales, que relatan historias bajo una misma concepción estética y argumental, y que toman en cuenta la participación activa del usuario.

Los autores (Vázquez-Herrero y Moreno, 2017) incluyen más aportes, como la inmersividad y la participación del usuario, elementos indispensables al momento de crear itinerarios narrativos y de implicar más la participación del interactor (Gifreu-Castells, 2011) o lectoautor (Moreno, 2002), quien a final de cuentas es el motor del relato en la interfaz digital, pues la interactividad y la participación son los elementos más importantes, ya que la cultura participativa de los fans marca la lógica de la interacción entre usuarios y contenidos, lo que provoca una nueva forma de distribución del relato, el transmedia (2017).

Sánchez y Sánchez (2020) coinciden en que el documental interactivo es un webdoc, como apócope de webdocumentary, y es un género híbrido, como lo precisan los demás autores, entre lo audiovisual y lo informático basado en Internet, pero enfatizan en que cada creación tiene sus “propias peculiaridades de representación de la realidad” (Sánchez y Sánchez, 2020, p. 329), ya que como está en constante transformación, tanto académicos como creadores tienen posturas de análisis y perspectivas diferentes.

La primera de ellas se refiere a que emplean narrativas audiovisuales de carácter no lineal y están compuestas por contenidos multimedia y transmedia, esto es, de diversos formatos que, expandidos a través de diferentes medios o soportes, aportan al desarrollo del relato (Jenkins, 2014) (Sánchez y Sánchez, 2020, p. 329).

De esta manera, este tipo de lenguaje se basa en la distribución del contenido con la finalidad de conversar con los usuarios en varios formatos y géneros dialógicos e interactivos, pues así, los webdocs generan experiencias inmersivas y más completas, al adoptar el uso de herramientas de realidad virtual y de cámaras 360 (Sánchez y Sánchez, 2020).

Desde la lógica de participación en la narrativa transmedia, el usuario es un cocreador de contenido, que lo redistribuye y lo resignifica, y de esa manera, expande el relato y lo resignifica, ya sea para procesos políticos, educativos o sociales (Vázquez-Herrero y Moreno, 2017).

Para André Paz (2017) el documental interactivo cambió las prácticas de realización, producción y recepción del documental tradicional, gracias a la interactividad, citando principalmente a Jenkins y su propuesta de transmedia, pues el espectador se sitúa en la interfaz de manera activa, con lo cual el formato presenta nuevas posibilidades para las diferentes temáticas que comunica, principalmente las de carácter social en el campo de la no ficción.

Para Subires (2018) el documental interactivo o webdoc tiene una relación directa con el documental tradicional o de emisión en televisión abierta, pues es un complemento activo de interactividad con la audiencia, pues al referirse a un estudio de Rodríguez y Molpeceres acerca de los productos del Lab de RTVE, indica que en el webdoc o en los documentales interactivos existe una reorganización del discurso narrativo:

...ya que, en este caso, y a diferencia de los documentales tradicionales -en los cuales «sólo el documentalista tenía la posibilidad de manejar tanto el tiempo narrado y de la narración»-, existe un lectoautor, que puede interactuar con los distintos elementos multimedia, de manera fragmentada, y acceder a material adicional. Esto, como destacan, supone un salto con respecto al «rol pasivo del espectador de los documentales tradicionales» (2013: 260) (Subires, 2018, p. 27).

De esta manera, el relato transmedia y su propuesta narrativa es la expansión inmersiva, participativa y cocreativa que el webdoc, documental interactivo o como queramos llamarlo, propone como innovación al momento de presentar una historia en una o varias pantallas, en donde la participación del interactor, lectoescritor o usuario activo “resulta crucial para la retórica de la inmersión interactiva” (Gifreu-Castells, 2016, p. 57).

El segundo elemento que ven Sánchez y Sánchez (2020) sobre los webdocs es la introducción de fórmulas de participación de los usuarios mediante las cuales tienen mayor protagonismo en el relato:

Así, éstos pueden elegir el orden de visualización de los contenidos, según la estructura que presenten y de acuerdo a los hábitos de lectura y necesidad del mismo. De igual forma, podrá controlar la propia navegación debido a la fragmentación del contenido (textos escritos, fotos, vídeos y grabaciones de audio) (Scolari, 2013) e ir generando nuevos contenidos al universo del documental interactivo estableciendo su propio relato. Asimismo, el webdoc permite crear espacios de participación para dar voz a la reflexión sobre aspectos sociales (Nash, 2014) y educativos de nuestra sociedad, propiciando el aprendizaje del público (Sánchez y Sánchez, 2020, p. 329).

Uno de los elementos importantes de este género en constante transformación es la interactividad, que genera la participación activa del usuario, a partir de la cual se pueden establecer trece modalidades de navegación e interacción (Gifreu-Castells en Vázquez-Herrero y López-García, 2017, p. 50): “partida, temporal, espacial, testimonial, ramificada, hipertextual, preferencial, audiovisual, sonora, simulada, apps 2.0, generativa y física”, lo cual nos presenta una taxonomía o tipología a partir de la experiencia del usuario y de los formatos.

A partir de esta tipología de Gifreu-Castells (en Vázquez-Herrero y López-García, 2017), el discurso que se narra en este género se reorganiza con respecto al que

conocemos y se privilegia la experiencia del usuario y la presencia del autor se difumina, pues:

...el autor llega a perder parte del control para cederlo a un usuario más protagonista en su experiencia, bien sea a través de la participación activa con contenido generado por el usuario —una experiencia de la que es protagonista— o, en un nivel más bajo, por la interactividad selectiva en la navegación de los contenidos. Siguiendo a Gaudenzi, el documental interactivo se comporta como un «organismo vivo» (2013) y, como consecuencia, reacciona y evoluciona con el paso de los usuarios, por lo que permanece en cambio (Vázquez-Herrero y López-García, 2017, p. 50).

Obando Arroyave (2017) reflexiona sobre la evolución del audiovisual y el uso de la tecnología web y digital, así como de los dispositivos móviles y califica nuestra contemporaneidad como la de la pantallasfera que no se reduce al cine, pues vivimos en una sociedad de pantallas que lo vigilan todo y en todos los espacios urbanos, domiciliarios, públicos y privados, lo que genera verdaderos “ejércitos de fans o viajeros digitales” (2017, p. 51), que lo documentan todo, con fines de aprendizaje o de banalización, pero que usan los dispositivos para difundir entre sus pares.

Es así como vivimos en una sociedad de múltiples pantallas que se conectan entre sí y que producen narrativas propias para cada una de ellas, con lo cual, el documental en la web también tiene que adaptarse a esas pantallas y ser interactivo mediante la aplicación de estrategias que expandan el relato, que lo diversifiquen y motiven la acción de los usuarios, en definitiva, que se vuelva en ciertos grados, un transmedia.

1.5.- Narrativa transmedia.

Henry Jenkins (2014) redefine la narrativa transmedia, a partir de su primera acepción (2009). En esta redefinición, deja en claro que este tipo de narrativa es un proceso en el cual todos los elementos se distribuyen sistemáticamente mediante varios canales con la finalidad y propósito de generar experiencias diversas, pero a la vez, unificadas de entretenimiento. “Lo ideal es que cada medio proporcione su propia contribución original al desarrollo de la historia” (Jenkins, 2014).

La narrativa transmedia organiza un flujo de contenido mediante diferentes medios y soportes; se puede pensar en “marca transmediática, representación

transmediática, ritual transmediático, juego transmediático, activismo transmediático, y espectáculo transmediático, como otro tipo de lógicas disponibles” (Jenkins, 2014). Por ello, no se aplica ni se desarrolla de manera única y exclusiva en y a las obras de ficción, sino a todas aquellas que manejan información y generan narrativas.

Vicente Gosciola (Porto y Flores, 2012) establece las características de la narrativa transmedia:

- es un formato de estructura narrativa;
- es una gran historia compartida en fragmentos;
- sus fragmentos son distribuidos entre múltiples plataformas de media;
- circula por las redes sociales;
- apoya esta distribución en la estrategia denominada “viral” o “spreadable”;
- adopta como herramienta de producción dispositivos móviles, como teléfonos celulares (móviles) y tablets (Porto y Flores, 2012:64).

La creación de un mundo narrativo, fragmentado y distribuido entre los usuarios activos, lectoautores o interactores, de manera seriada mediante el uso de plataformas y medios digitales, es lo principal de la narrativa transmedia.

En *Convergence Culture* (2009) Jenkins establece los elementos de la transmedialidad, en donde los fanáticos (*fans*) abordan el texto o la obra narrada desde sus interpretaciones, sensibilidades, afectos y proyecciones, dentro de un continuo crear en la obra, es decir, desde una expansión narrativa para cada una de las plataformas que son las de consumo más idóneo y habitual para la comunidad:

1.- Spreadability vs. Drillability: La expansión es el compromiso activo del usuario para hacer circular los contenidos por las redes. La profundidad tiene que ver con la complejidad que se genera en el mundo narrativo, por medio de la cual el usuario-fan indaga, bucea, y reúne las pistas que le permitirán tener una visión total de la historia.

2.- Continuity vs. Multiplicity: La continuidad es entendida como la coherencia interna que todo texto debe tener. La multiplicidad tiene que ver con la derivación de obras e interpretaciones hechas por los usuarios.

3.- Immersion vs. Extractability: En la inmersión el usuario entra al mundo de la historia y en la extracción exporta partes de esa historia a su vida cotidiana y las vive como una realidad en esta dimensión.

4. Worldbuilding: Cada personaje tiene un mundo que puede ser desarrollado en un medio diferente. Todos los personajes y situaciones tienen posibilidades narrativas infinitas.

5. Seriality: Las historias son fragmentadas en su discurso, lo que posibilita la generación de subtramas y entrega por formatos digitales más ágiles y rápidos.

6. Subjectivity: Cada usuario, desde su subjetividad, posibilita contar una historia o un punto de entrada diferente a ella.

7. Performance: Los usuarios-fans participan en el transmedia. Los productores del relato deben pensar en cómo se pueden involucrar y generar contenidos, crear comunidades, convertirse en fans.

Ignacio Galán (2014) enumera las siguientes estrategias que potencian a la narrativa transmedia: uso de gamificación, centrarse en la experiencia personalizada, desarrollo del storytelling, uso de glocalización, multiplataforma y multiformatos. En ninguno de los casos, el realizador transmedia tendrá que ser un experto, pero sí conocer cómo funcionan y de qué manera se puede potenciar el uso de cada estrategia en un diferente dispositivo.

Capítulo 2. Comunicación y patrimonio.

De acuerdo con la Unesco (2020), el patrimonio es “el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras” (párrafo 1). Este patrimonio no se refiere únicamente a “monumentos y colecciones de objetos” (párrafo 2), que es conocido como patrimonio material, sino que también comprende aquellas expresiones vivas como las tradiciones orales, artes escénicas, usos sociales, ritos y ritualidades, festividades populares, conocimientos y prácticas ancestrales con respecto a la “naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional” (párrafo 2).

Para Fernando Vicario (en Escandón, 2021) la cultura contemporánea no se caracteriza por la prohibición, sino por la variedad de ofertas, invitaciones y propuestas que se relacionan con el entorno y sus contextos, no solo en los espacios físicos, sino también en los digitales. “Al tiempo, precisa seguir rescatando esos signos identitarios que nos ayudan a tener unas raíces, cada vez más endeblés, pero más perseguidas y reclamadas por nacionalismos en crisis; crisis derivadas de la revisión de conceptos como Estado-nación” (Vicario, en Escandón 2021, p. 10).

Los márgenes de las naciones se ven borradas por las necesidades humanas que no conocen de fronteras, por lo tanto, la comunicación de la cultura y el patrimonio rebasa los nacionalismos caducos y reivindica los procesos culturales y de apropiación como relatos humanos, cercanos a la gente, pues como afirma el propio Vicario:

Los espacios de cultura han de ser de comunicación, percibidos por la sociedad como lugares de interés para nuevos usos; es el momento de abrir nuevas lecturas comunicacionales que nos devuelvan el placer de entender los terrenos de cultura como zonas de encuentro. Encuentro con la memoria, con la estética, con otras formas de mirar, de viajar por el tiempo y el espacio (...) (Vicario, en Escandón 2021, p. 13).

De esta manera, la comunicación actual tiene que responder a estas nuevas lecturas de la realidad, del entendimiento cultural y del patrimonio, en donde los lugares sean espacios para conversar y dialogar sobre los procesos y no para imponer visiones que nos alejan. La comunicación debe asumir un rol activo para establecer nexos entre los usuarios, sus nuevas formas de consumo y difusión, y los valores patrimoniales,

estéticos y artísticos que se transmiten permanentemente, ya que los flujos de información son constantes y se renuevan, pero los valores humanos son fijos.

Comunicar desde las instituciones del patrimonio, como los museos, bibliotecas y archivos, así como desde las organizaciones culturales, es un reto en constante transformación que debe responder no solo a la inminente necesidad de consumo de información de los usuarios, sino que debe ser parte de una estrategia de posicionamiento de contenidos de las propias instituciones culturales y patrimoniales para competir con la cultura del espectáculo y el entretenimiento, ya que la industria creativa se toma los espacios digitales, físicos y mediáticos para difundir y viralizar contenidos.

De esta manera, en este capítulo se tratará sobre cómo se puede “competir” con contenidos de calidad en ambientes digitales para crear conversación acerca del patrimonio cultural e histórico.

2.1. Comunicación y memoria como información pública.

Mateos Rusillo (2012) maneja el concepto de comunicación global para los museos y atractivos patrimoniales, con la finalidad de englobar actividades cercanas al patrimonio y la memoria. Este autor establece las funciones de la gestión patrimonial: investigación, conservación y comunicación global.

La primera función, la de investigación, identifica, cataloga y documenta bajo los criterios científicos aquellos bienes culturales que formarán parte del catálogo patrimonial (Mateos Rusillo, 2012).

La segunda función, la de conservación, está orientada a la preservación física y material de los objetos que ya son parte del catálogo patrimonial, desde la prevención para la conservación, o con trabajos de restauración (Mateos Rusillo, 2012).

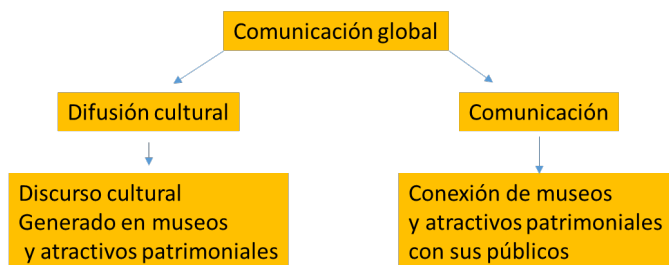
La tercera función, la que nos interesa, es la de comunicación global, que tiene como finalidad la preservación conceptual, pues el autor (Mateos Rusillo, 2012) identifica que el proceso de gestión de la información tiene que codificarla desde su relación con la ciencia y el arte en dependencia con los recursos que tiene ese patrimonio, desde su

accesibilidad física, digital, intelectual y emocional mediante “a) discursos culturales atractivos, enriquecedores y sostenibles, y b) mensajes comunicativos efectivos” (2012, p. 20).

Pero a qué se refiere con la comunicación global, que se mencionó al inicio de este acápite. Para el autor (Mateos Rusillo, 2012), es la forma cómo se gestionan los recursos culturales y comunicacionales que están mediando entre los recursos patrimoniales y la sociedad, “con la finalidad de tener un “uso responsable, provechoso, atractivo y efectivo capaz de aunar la preservación de los bienes culturales con su disfrute integral por parte de los usuarios (Mateos, 2008: 27)” (p. 21).

La comunicación global se concibe como un paraguas bajo el cual está la construcción de contenidos, a partir de los discursos culturales y los recursos patrimoniales. De esta manera, se busca cómo conectar mejor con los diversos públicos mediante la aplicación de una adecuada estrategia comunicacional (Mateos Rusillo, 2012).

Gráfico 1. Comunicación global.



Autor: Mateos Rusillo, 2012.

Es importante vincular lo que este autor (Mateos Rusillo, 2012) propone con lo desarrollado por Martín Serrano (2004), ya que la comunicación global tiene directa relación con la comunicación pública y su forma de mediación, pues como dice Martín Serrano, “la comunicación pública provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) en los que se les propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) y de lo que en él acontece” (p. 40).

Las narraciones tienen una relación estrecha de los sucesos con los fines y las creencias sociales para lo cual la preservación interviene, de acuerdo con el interés de quien genera la mediación, en los grupos sociales. “Por eso sugieren representaciones del mundo o se vinculan a ellas. Desde la perspectiva de su posible influencia cognitiva, la comunicación pública es una de las actividades que intervienen en la socialización de las gentes” (Martín Serrano, 2004, p. 40).

Los museos y espacios patrimoniales son lugares de comunicación pública, en donde se generan relatos, en torno a los objetos, los sucesos, los procesos, los personajes, los usos, etcétera, que generan una cosmovisión desde épocas, tendencias y usos, completamente relacionadas con la época actual de consumo informativo, sus tendencias y usos en dispositivos.

Martín Serrano, desde el desarrollo y propuesta de la Teoría de la Mediación en el campo de las Ciencias Sociales, estudia el control social que ejercen las instituciones que actúan sobre la interpretación que hacen las personas de la realidad, es decir de los relatos que las instituciones sociales, tales como las que preservan y difunden el patrimonio y la cultura, generan alrededor de un tema u objeto.

Desde esta perspectiva son modalidades de control social por el recurso a la información todas las acciones que inciden en la enculturización de las personas: estudios reglados; manifestaciones culturales, artísticas, rituales o recreativas; oferta de noticias que circulan por sistemas informales o por los media, etc. (Martín Serrano, 2004, p. 56).

Los museos, las bibliotecas y los archivos son instituciones sociales que recuperan, preservan y difunden la memoria social de una comunidad, por lo tanto, son instituciones de control social, como dice Martín Serrano, y, además, son actores que emiten, crean y circulan narrativas de enculturización pues transmiten entre generaciones, perspectivas de análisis sobre ciertos períodos históricos, a partir de un relato y su relación con el discurso cultural que menciona Mateos Rusillo (2012).

La narrativa que se genera en torno a la memoria, tanto en museos como en espacios patrimoniales, es una construcción cognitiva, pues al tener la información de estudios sociales, científicos y artísticos, la institución patrimonial recrea o produce

representaciones espacio-temporales que ubican a los usuarios o receptores en un contexto histórico-cultural (Martín Serrano, 2004).

El control social al que alude Martín Serrano (2004) se puede asumir desde tres perspectivas de estudio para observar cómo funciona, pues “la primera trabaja a nivel de los sujetos, la segunda a nivel de los relatos, y, la tercera a nivel de los productos comunicativos” (2004, p. 56).

1.- Los sujetos elaboran representaciones cognitivas que conciernen a la realidad. Los datos que incluyen esas representaciones y la interpretación que de ellas se hace proceden, en mayor o menor medida, de la información que le proporcionen otros individuos a través de cauces personales o institucionales de comunicación. La participación de tales instancias en la producción subjetiva de representaciones cognitivas equivale al concepto de «influencia» (Martín Serrano, 2004, p. 56).

Desde la perspectiva del usuario, del receptor, se establecen y se elaboran los imaginarios, las ideas y las diversas representaciones que este sujeto tiene sobre esa realidad que en el transcurso del tiempo, las instituciones de la memoria o sus voceros, así como de otros sujetos que no tienen relación con esas instituciones, han generado a partir de relatos no oficiales y también de los oficiales, sobre la información generada desde la institución social y desde la tradición social, con lo cual influye sobre el receptor o usuario con esos discursos culturales (Mateos Rusillo, 2012) para la configuración de una idea de lo que es el patrimonio y su memoria.

2.- Los relatos participan en el control social de los sujetos porque contienen representaciones sociales. Una representación social consiste en la propuesta de una determinada interpretación de lo que existe o de lo que acontece en el entorno. La representación social hace referencia precisamente a tales o cuales temas, incluyendo unos datos en vez de otros y sugiriendo ciertas evaluaciones en vez de otras posibles. La representación social sirve como modelo de influencia precisamente porque esclarece a los sujetos cuáles son las concepciones de la realidad que el Relator distingue, entre todas las representaciones alternativas que serán posibles. Cuando el relato es elaborado por un mediador institucional (institución mediadora) y está destinado a una comunidad, la representación social puede llegar a adquirir el valor de una representación colectiva, o se legitima por ella (Martín Serrano, 2004, p. 57).

La creación de relatos maneja las representaciones sociales, es decir, discursos y concepciones sobre la sociedad; estos relatos, desde sus perspectivas institucionales, crean representaciones colectivas en los usuarios, aquí pasamos de la perspectiva del

usuario a la del emisor, quien es realmente quien modela el contenido y la temática de la narrativa social.

3.- La representación social es una interpretación de la realidad que está destinada a ser interiorizada como representación personal por determinados componentes de un grupo. En consecuencia, la representación social tiene que estar propuesta en un relato susceptible de ser difundido. Cuando aparecen las técnicas de transcripción de la palabra al signo, la producción y la difusión de representaciones sociales ya no depende sólo del relato oral. La conservación y difusión del relato puede confiarse al uso de objetos materiales tales como la tablilla cocida, el papel, la película o un CD. Desde el momento en el que se fabrican y distribuyen tales soportes, la elaboración de relatos es una actividad productiva en dos aspectos: en el de la producción cultural de representaciones sociales y en el de la producción de material de bienes destinados a expresar y distribuir representaciones. La representación social deviene un producto cognitivo inseparable del producto comunicativo, *entendiendo por «producto comunicativo» un objeto fabricado que tiene un valor de uso concreto: poner la información que han elaborado unos sujetos sociales a disposición de otros* (Martín Serrano, 2004, p. 57).

La influencia se produce cuando los productos comunicativos tienen relatos y representan socialmente a los usuarios o destinatarios. El museo y las demás instituciones de la memoria son espacios de mediación, donde se producen relatos de representaciones cognitivas que a su vez son representaciones sociales. Es importante ver qué elementos y/o productos comunicativos generan las instituciones de la memoria para generar cognición con el uso de una narrativa para así tener en cuenta el tipo de representación social que proyecta en los usuarios.

Para Manuel Gago (en Escandón, 2021) el patrimonio cultural, como disciplina, combina y convoca a varios sectores: el público y el privado, la investigación y el ocio, ya que como “patrimonio”, tiene relación directa con la herencia y el legado de lo material (objetos, edificios, etc.) e inmaterial (lenguas, práctica ancestrales y sociales), desde la perspectiva de varios actores: investigadores, historiadores, arqueólogos, etc., quienes realizan actividades de divulgación del conocimiento patrimonial, pero desde sus habilidades individuales y contactos, lo cual debe responder a una estrategia innovadora e integral que vaya más allá del difusionismo “e integre las nuevas lógicas del trabajo cultural basadas en la interdisciplinariedad, la inmediatez, pero también la transparencia de la investigación, así como de las nuevas ideas alrededor del turismo o la propia divulgación científica” (Gago en Escandón, 2021, p. 182).

Gago (en Escandón, 2021), desde la investigación arqueológica establece un modelo de comunicación que pone en valor el proceso del descubrimiento, sus reflexiones y el relacionamiento con la comunidad, lo que Martín Serrano (2004) dice sobre la información pública y los procesos de mediación, como los vimos anteriormente, pues se influye y se genera control social, desde los diferentes relatos que se entregan, con la participación de los usuarios investigadores, hacia los usuarios-comunidad y a los usuarios-público.

De esta manera, la serialidad de la investigación, está más cercana a la que han producido las cadenas de entretenimiento especializadas en historia, modelo del cual, los investigadores gallegos han recreado sus emisiones y programas con la comunidad para que el proceso cognitivo responda a una mediación de la institución social de la memoria, como es la investigación arqueológica, y se reproduzca el discurso cultural (Mateos Rusillo, 2012), mediante procesos comunicacionales con los diferentes usuarios, que es la comunicación global (Mateos Rusillo, 2012) y confirma cómo la información pública del patrimonio reproduce o regenera la cognición social (Martín Serrano, 2004) acerca del patrimonio como información pública.

2.2. Patrimonio y uso de narrativas hipermedia.

Contar sobre y del patrimonio cultural con el uso de herramientas y aplicaciones digitales e hipermedia es una actividad que de a poco va adquiriendo importancia en las instituciones culturales. Los museos, las bibliotecas, los centros culturales y las organizaciones de investigadores han recurrido al uso de la Web, los medios sociales y las diferentes aplicaciones digitales para difundir sus actividades, vía Tik Tok, Instagram, Twitter y Facebook.

En este apartado se analiza la narrativa digital generada en el sitio del Museo Numismático del Banco Central del Ecuador, tanto la multimedia como los panoramas en 360 grados que se presentan en la web, ubicada en la siguiente URL: <https://numismatico.bce.fin.ec/>

El método de análisis está centrado en las narrativas digitales construidas con elementos audiovisuales, a partir de la interactividad selectiva que posee el sitio web como una base de datos textuales y que es accesible mediante el uso del hipertexto.

Gráfico 2. Home page del museo Numismático.



Fuente: <https://numismatico.bce.fin.ec/>

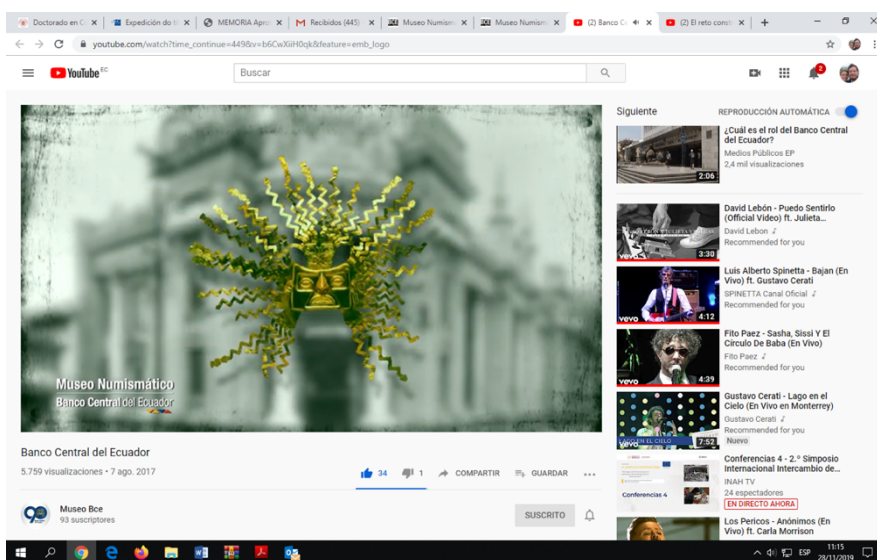
El Museo Numismático del Ecuador tiene una trayectoria de 20 años y narra la historia de la emisión de monedas y de la filatelia en el país. Con cerca de 1.200 piezas se cuenta la historia del comercio en las sociedades aborígenes para luego narrar las diferentes etapas de sistemas monetarios en la Colonia y la época republicana hasta la desaparición de la moneda nacional, el Sucre.

En su espacio digital, el museo presenta audios y videos, en la sección de historia institucional, que crean la sensación de una inmersión básica, ya que estos productos están orientados a sustituir la información que proveen los mediadores educativos de la institución, pero no están acompañados de imágenes que recreen lo que exhiben las salas permanentes o la de exposiciones temporales.

Los productos audiovisuales son tres, albergados en la plataforma de YouTube, y cuentan la historia de creación del Banco Central del Ecuador y la construcción del

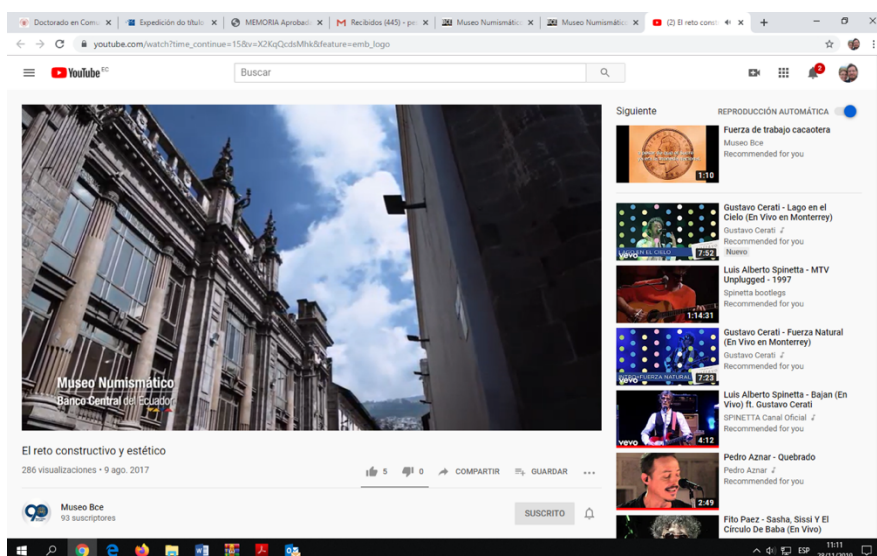
edificio que alberga al Museo, que fue un hito urbanístico y de construcción en los inicios del siglo XX. Contar la historia de estos dos sucesos es ya una forma de expandir el relato del museo más allá de las salas expositivas, con historias complementarias, como interactividad selectiva dentro de la web.

Gráfico 3. El Banco Central del Ecuador.



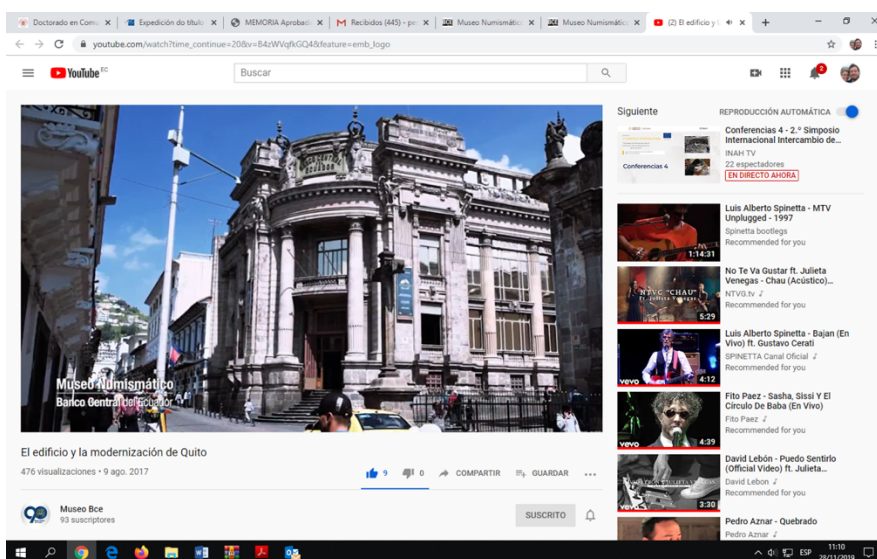
Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=b6CwXiiH0qk&t=2s>

Gráfico 4. El reto constructivo y estético.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=X2KqQcDsMhk&t=8s>

Gráfico 5. El edificio y la modernización de Quito.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=B4zWVqfkGQ4&t=9s>

El museo cuenta con cuatro salas permanentes que describen la evolución histórica del comercio y la moneda en el territorio: sala Prehispánica, sala de la Colonia, sala de la República y sala del Banco Central del Ecuador. Cada una de estas salas, en la web, tienen un audio que sustituye al mediador educativo de la visita física.

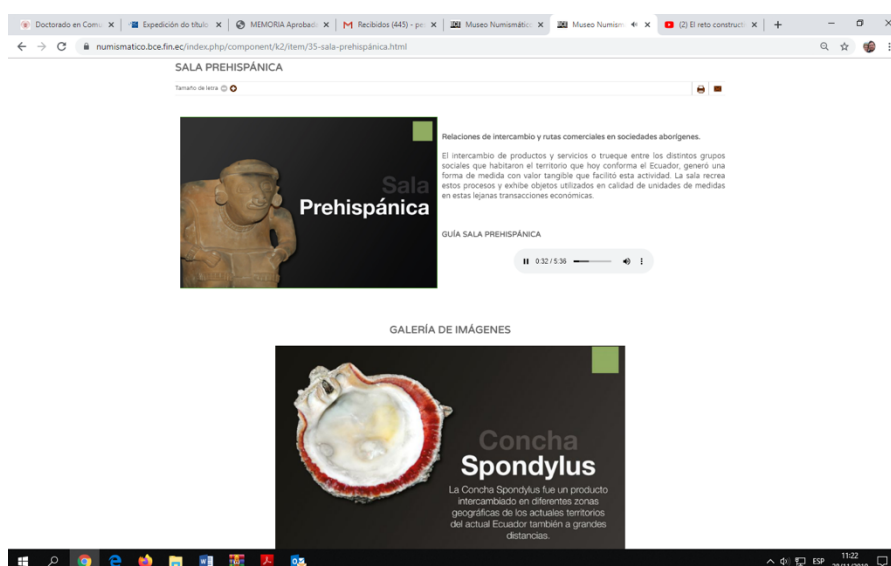
Este uso del audio se establece como un monomedia, y se incurre nuevamente en una interactividad selectiva, ya que no existe una complementariedad o integración con imágenes, de manera automática, debido a que existe un *slideshow* de imágenes que contextualizan, pero no aportan, de manera sincrónica, al relato que se escucha en el audio.

Gráfico 6. Sala de la República.



Fuente: <https://numismatico.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/33-sala-de-la-republica.html>

Gráfico 7. Sala Prehispánica.



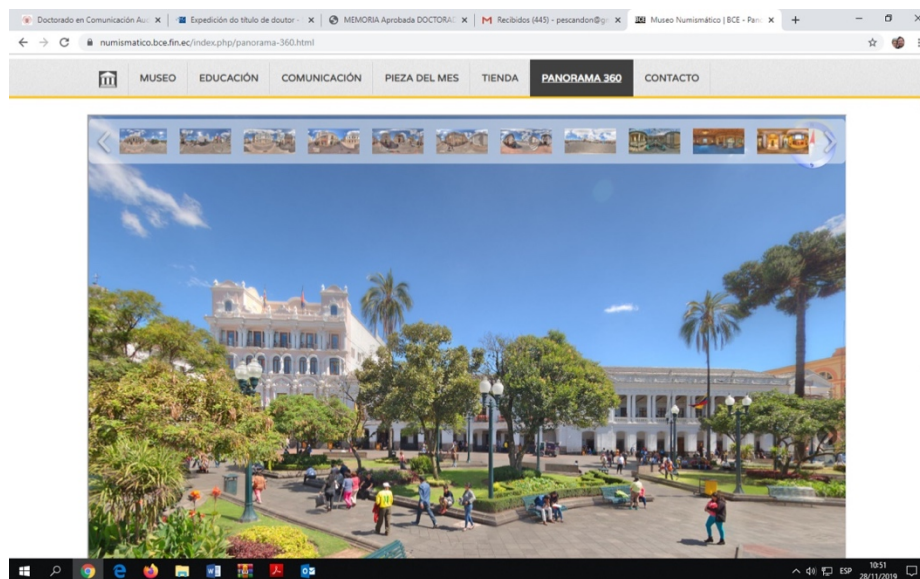
Fuente: <https://numismatico.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/35-sala-prehispánica.html>

La sección Panorama 360 despliega una colección de imágenes que generan interactividad e inmersión con el navegante. Se establece una trayectoria desde el punto más significativo de la ciudad de Quito: la Plaza Grande, para llevar al usuario hasta el interior del edificio del Museo Numismático y mostrarle los espacios que no forman parte de las salas de exposición permanente ni temporal.

Este panorama no está aprovechado al máximo, ya que integra información de edificaciones importantes en el Centro Histórico de Quito, pero solamente con una identificación con texto, no hay un relato complementario que contextualice el trayecto.

En este sentido, los dos videos sobre la construcción del edificio del Museo y su aporte urbanístico a inicios del siglo XX deberían estar incrustados en este panorama para aportar con datos y generar mayor experiencia vicaria en el visitante virtual. De igual manera, los audios deberían ser parte del recorrido con historias expandidas sobre temas económicos y monetarios que se expongan en el Museo.

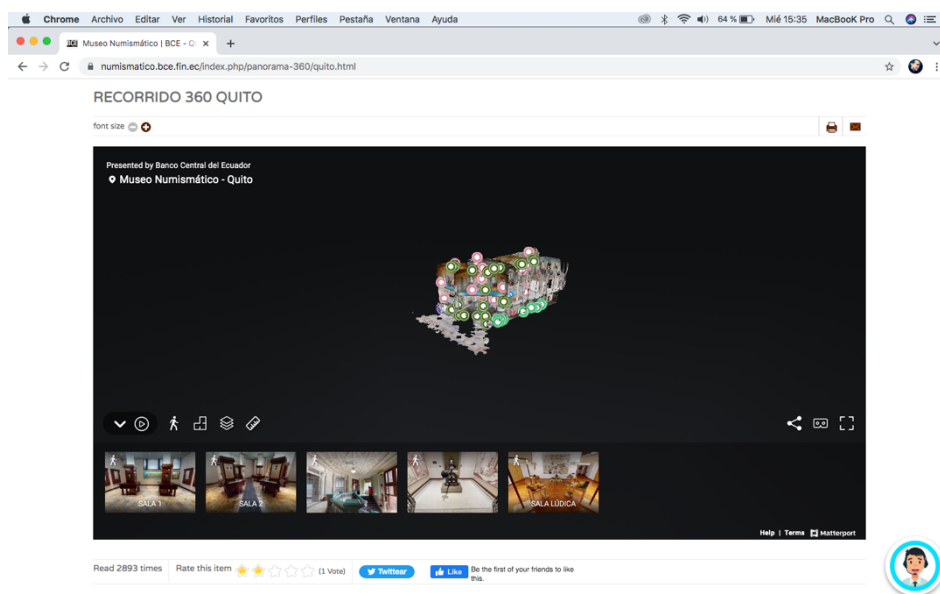
Gráfico 8. Panorama 360.



Fuente: <https://numismatico.bce.fin.ec/index.php/panorama-360.html>

El Museo Numismático, en el 2019, incorporó una experiencia inmersiva a través de recorridos virtuales de las sedes Quito y Cuenca. Los recintos fueron escaneados con una cámara Matterport que genera imágenes en 3D para trasladar “el mundo real a uno virtual”. Al entrar en esta sección de la web del Museo, lo primero que encontramos es una *dollhouse* del recinto que se conforma de tres pisos, con cinco espacios para navegar y puntos de acción de contenido complementario.

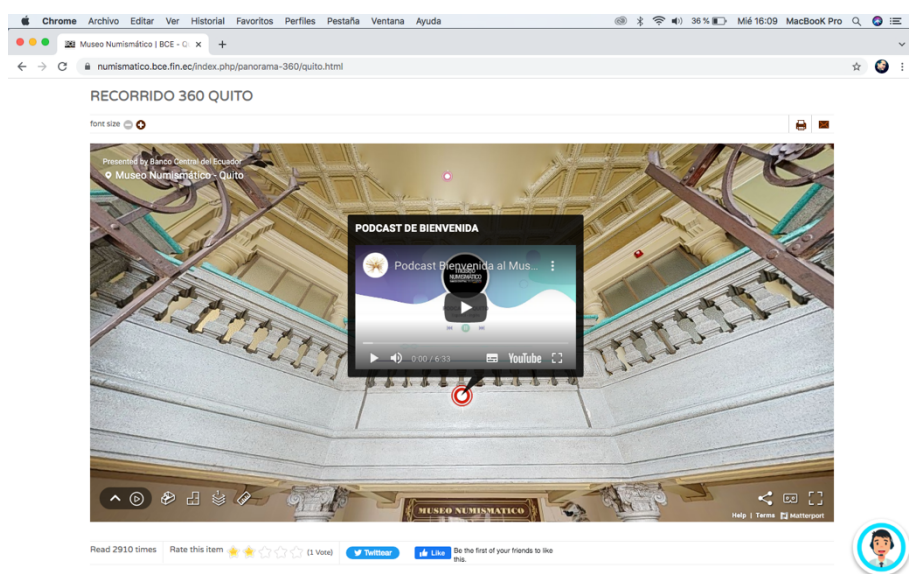
Gráfico 9. Casa de muñecas Museo Numismático.



Fuente: <https://numismatico.bce.fin.ec/index.php/panorama-360/quito.html>

El recorrido inicia en la entrada principal del Numismático y tiene puntos de acción informativos sobre la fachada del edificio, cada recurso cuenta con texto explicativo y un acercamiento fotográfico al lugar que el usuario seleccione. Además, en la puerta de entrada se identifica un punto de color que contiene un recurso sonoro de bienvenida en inglés y español albergado en YouTube que nos sitúa en el *hall* interior del Museo.

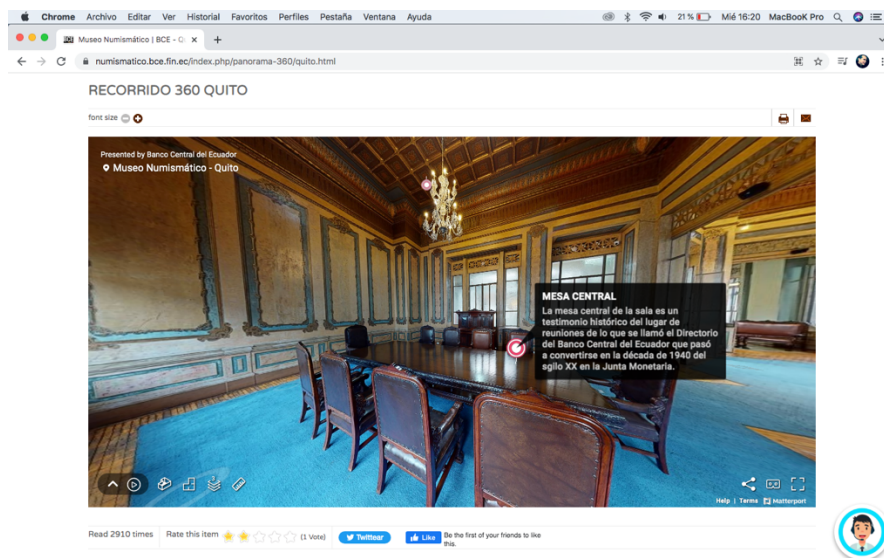
Gráfico 10. Recorrido virtual Museo Numismático.



Fuente: <https://numismatico.bce.fin.ec/index.php/panorama-360/quito.html>

Esos son los puntos de partida para la visita virtual y desde ese momento el usuario decide que recorrer y en que orden lo haría. Toda la edificación y las exposiciones permanentes están disponibles.

Gráfico 11. Recorrido virtual Museo Numismático.



Fuente: <https://numismatico.bce.fin.ec/index.php/panorama-360/quito.html>

Las actividades digitales y no digitales de los museos deben potenciar la visita física a estos espacios patrimoniales. Los museos requieren de interfaces virtuales inmersivas, no con reproducción de las salas, sino que cuenten cosas anexas y complementarias para mejorar la experiencia del usuario.

El Museo Numismático del Banco Central del Ecuador usa narrativas digitales (como productos audiovisuales) que generan una inmersión inicial del relato. La galería en 360° y los recorridos virtuales que propone el Museo puede aprovecharse con más información que sea envolvente desde una narrativa propia del espacio patrimonial y sobre la evolución histórica para generar una experiencia en el usuario desde el recuerdo unido al patrimonio.

Es importante destacar que el trabajo de difusión cultural y patrimonial se ha hibridado en los últimos años, es decir, se utilizan los medios analógicos y los medios digitales bajo una estrategia comunicacional. Producto de este modelo de comunicación estratégica y planificada, es lo que Manuel Gago (en Escandón, 2021) cuenta acerca del

trabajo arqueológico desarrollado en varias comunidades y puntos geográficos de Galicia, en donde ha propuesto estrategias comunicacionales para que los públicos conozcan y se sientan parte del trabajo investigativo en los propios yacimientos, con la finalidad de valorizar el trabajo científico y su importancia con la comunidad, con la utilización de todos los recursos digitales y analógicos.

En esta metodología, se combinan procesos comunicativos orientados a diferentes alcances y audiencias, asignando usos y funciones específicos a cada canal para adaptarse de manera dinámica a la audiencia. De esta forma, la web corporativa y repositorios de material multimedia (Youtube o Flickr) funcionan como depósitos de material audiovisual y documentación científica para público especializado, medios de comunicación y aquella audiencia que desea visualizar el relato amplio alrededor de un lugar, incorporando formatos más complejos, de duración más larga e incluso, en algunos casos, con requerimientos técnicos más sofisticados (Gago, en Escandón, 2021, p. 186).

El uso de medios sociales potencia los relatos y permite viralizarlos, así como generar fidelidad de los usuarios, alrededor de una historia que tiene continuidad; allí radica el interés del usuario para explorar la historia y continuar con la trama. El trabajo que se realiza con los equipos de científicos propone el desarrollo de relatos y técnica periodísticas, con lo cual se proponen giros narrativos con múltiples caminos, lo que permite crear material diferenciado para cada una de las vías que se proponen en el relato y para los diferentes públicos, tanto de las comunidades aledañas como de las comunidades digitales (Gago, en Escandón, 2021).

Un ejemplo muy ilustrativo son las visitas guiadas en vídeo, esenciales para las comunidades locales. Como en Galicia muchos sitios arqueológicos de la Edad del Hierro están en zonas abruptas, pero al mismo tiempo estas fortificaciones prehistóricas, llamadas “castros”, son centrales en la cultura y memoria de las comunidades locales actuales, es necesario salvar dificultades reales de comunicación. Las personas de mayor edad han sido siempre las depositarias de la tradición oral de esos yacimientos, pero debido a su estado físico muchas veces para ellos es gravoso subir y visitar una excavación. En este sentido, el desarrollo de “visitas guiadas” en video son claves para que estos miembros de la comunidad puedan seguir el desarrollo de los trabajos sin la necesidad de desplazarse al lugar. Esta acción, además, suele ser intergeneracional: son los nietos los que ponen los videos a sus abuelos, estableciendo redes de complicidades que son fundamentales para el encaje de los proyectos arqueológicos en las comunidades. Vemos aquí que los aparentes usos principales del vídeo *online*, que es una difusión a colectivos amplios y aparentemente a generaciones más jóvenes, se acaba redefiniendo a partir de realidades sociales (Gago en Escandón, 2021, p. 187).

Se aprecia aquí la fuerte y estrecha vinculación de la generación de video digital y transmisión en vivo y en diferido con los espacios patrimoniales, pues el público de estas acciones en territorio es, inicialmente, audiencia digital, que se ha enterado por los medios sociales del proyecto, por lo tanto, el discurso cultural en el sitio (Mateos Rusillo, 2012) debe cambiar completamente y ser un complemento de la visualización en redes. Es decir, generar un contenido específico para cada experiencia frente al patrimonio.

Para Gago (en Escandón, 2021), hay que comprender realmente el rol que cumple la comunicación digital dentro del diverso proceso de lo que es poner en valor el patrimonio cultural, ya que no es solo usar herramientas, sino que están obligadas a responder demandas sociales, “afrentar una nueva relación entre la ciencia y la sociedad y abrir nuevos debates y ámbitos en los propios grupos científicos. En el fondo, está la posibilidad de encontrar un nuevo lenguaje común para el conocimiento y su disfrute” (p. 190).

Esta propuesta que coincide con la desarrollada por Fernando Irigaray (2016) acerca de las narrativas espaciales y los relatos expandidos, que también establece estrategias comunicacionales para contar historias urbanas o territoriales, como escenario importante dentro de la narrativa, pues habla de una visión totalizadora e inmersiva para situarse y entender a la ciudad como ese espacio contenedor de historias con universos narrativos, con productos múltiples en diferentes plataformas mediáticas, con acciones territoriales que convocan a diferentes audiencias.

Historias urbanas que son descubiertas y (re)encontradas, “empoderando a la ciudad como plataforma narrativa universal (Irigaray, 2015), en la que conviven una multiplicidad de dispositivos, géneros, lenguajes y soportes en un ecosistema multientramado de relatos convergentes (Irigaray, 2016, p. 40).

Toda ciudad guarda historias y espacios patrimoniales que pueden y deben ser contados. Los elementos urbanos son espacios narrativos que participan de las tramas que se contarán y se cuentan en las producciones digitales, bajo una lógica de narrativa transmedia, en donde el propio espacio urbano cumple una función narrativa, en donde los ciudadanos se involucran en la historia (Irigaray, 2016).

El relato basado en lugares involucra de forma más intensa a estos “ciudadanos” que son titulares de derechos o atribuciones como las de actuar y decidir

libremente, crear bienes culturales y de participar plenamente en todo el proceso comunicativo, propiciando interacciones relacionadas con el espacio público y la ciudad, transformando a esta en una *plataforma narrativa transversal*, capaz de reconstruir la dialógica con los ciudadanos desde una perspectiva más plural (Irigaray, 2016, p. 43).

El uso de la ciudad como espacio para contar historias desde y con ella es una propuesta innovadora para la comunicación cultural y patrimonial, ya que involucra a los ciudadanos como actores y usuarios activos en el desarrollo de los diversos relatos, desde la acción y las movilizaciones, es decir, los llamados a la acción, que propone la narrativa transmedia y, desde esta práctica narrativa, se genera reconstrucción social de manera constante y la memoria se comprende como aquellos “significados que se comparten, desarrollándose como una práctica social más, a través de la cual se expresa y se forma la identidad” (Irigaray, 2016, p. 43).

De esta manera, los llamados a la acción y el ejercicio colectivo de la memoria transforman el espacio y van modificando la concepción del uso patrimonial, es decir, generan nuevos discursos culturales (Mateos Rusillo, 2012) y la forma de medición social de la información se vuelve pública y se redistribuye entre los usuarios (Martín Serrano, 2004).

La narrativa expandida en los espacios y con uso de herramientas y estrategias digitales potencian el desarrollo de los documentales, dice Irigaray (2016), lo cual se complementa con lo expuesto por Gago (en Escandón, 2021), en los espacios rurales o de investigación arqueológica, en donde el lugar patrimonial, sea un yacimiento o una comunidad urbana, son los espacios-personajes que potencian los universos narrativos y las interacciones sociales.

2.3. La serialidad histórica: series de ficción y no ficción.

La expansión de los relatos, con el uso de narrativas digitales, ha sido aprovechada y desarrollada por los productores audiovisuales de la industria mediática y creativa. Las historias con referencias patrimoniales y de sucesos históricos se posicionan como producciones expandidas en donde la lógica de la narrativa transmedia y sus estrategias potencian los diversos consumos de contenidos en diferentes plataformas.

La ficción y no ficción, con temas históricos o referencias sobre el patrimonio histórico, adoptan las narrativas expandidas para consolidar las audiencias o bien promover el consumo en las varias plataformas, por ello, se analizarán los elementos estructurales de obras audiovisuales y expandidas de ficción y no ficción que adoptan el uso de los webdoc y narrativas transmedia y su relación con la historia y el patrimonio.

2.3.1. La ficción y las tramas históricas.

Dos obras de reciente producción y transmisión por plataformas de consumo en streaming y por demanda, son las españolas *La Peste* y *El Ministerio del Tiempo*, que recrean momentos históricos de la península y el influjo de personajes en las acciones.

Ambas producciones se ambientan en temporalidades históricas del pasado y el proceso de investigación pone en valor la relación de la narrativa con el patrimonio material e inmaterial que se puede notar en cada obra.

La Peste

La peste (2018) fue creada por Alberto Rodríguez Librero y Rafael Cobos López y producida por Movistar Plus. Con dos temporadas, cada una con seis capítulos, establece un universo secuencial para ser consumido centralmente en la pantalla de televisión. Fue pensada para el consumo audiovisual y con una planificación para ser consumida en todas las plataformas mediáticas, con un uso específico y particular: entretenimiento audiovisual y profundización de personajes, o bien contextualización histórica del momento en que transcurren las historias y los sucesos reales.

El escenario de las temporadas audiovisuales es la ciudad de Sevilla, en el siglo XVI, pero los personajes y las experiencias narrativas se extienden hacia espacios digitales como una wiki (https://wikipeste.fandom.com/es/wiki/WikiPeste_Wiki), en donde se puede acceder a información colaborativa sobre los personajes de ambas temporadas. Existen dos podcasts: el primero, denominado *El Confesor* (<https://www.spreaker.com/show/el-confesor>), en donde el guionista actúa como confesor de sus propios personajes, y el segundo (<https://www.spreaker.com/show/la->

peste-los-inquisidores), titulado Los inquisidores, en donde los creadores de la serie guían a los oyentes por cada episodio. (Casas-Alatraste, 2018).

En YouTube, la serie tiene producciones complementarias: CGI, Sevilla, (<https://www.youtube.com/watch?v=eY6hS29uf9Q>) un canal donde dos aficionados y entusiastas de los efectos especiales recorren los escenarios y las salas de postproducción; La Mancebía (<https://www.youtube.com/watch?v=frWCA-FNtqk>), una serie web en la cual se narra la vida de la Sevilla del siglo XVI, conducida por una de las protagonistas; Ida y vuelta, un webdoc que integra documentos y testimonios de expertos, historiadores y equipo técnico de La Peste, con datos y referencias de la Sevilla del siglo XVI y la ciudad actual (Casas-Alatraste, 2018).

La ruta de la peste es el espacio web (<https://larutadelapeste.com/>) que contiene un mapa ilustrado con señalizaciones para realizar un recorrido por las calles de la ciudad con información histórica, anécdotas del rodaje y leyendas de la ciudad, contados a través de textos, imágenes, audios y videos (Casas-Alatraste, 2018).

El Ministerio del Tiempo

A diferencia de la serie anterior, esta producción de los hermanos Olivares, tiene hasta el momento cuatro temporadas. La más reciente se estrenó el 5 de mayo de 2020, tres años después de la finalización de la tercera.

Entre las estrategias más exitosas de este relato que cuenta la existencia de un ministerio secreto, adscrito a la administración pública española, está la consolidación de una comunidad de fanáticos que expanden los contenidos y las relaciones entre personajes por las diversas plataformas, lo cual promueve y suscita una mediatización integral, ya que estos denominados “min(h)istéricos”, de acuerdo con las emisiones de los capítulos, han logrado posicionar a la serie como tendencia en Twitter, luego de cada capítulo.

La precuela de la cuarta temporada fue exhibida por la web de la serie en TVE (<https://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-serie/> y semanas más tarde, a dos días del estreno oficial, los productores generaron expectativa para que los

“min(h)istéricos” cumplieran con un reto viral y así pudieran tener acceso exclusivo y anticipado al capítulo de estreno.

La participación de los miembros de la comunidad no es nueva ya que, en la tercera temporada, fueron parte de los extras de los capítulos, y pudieron acceder a los guiones, que luego fueron editados como libro de culto.

En la web de la serie, se puede acceder a los capítulos por cada temporada, lo más obvio, pero además se han producido dos colecciones de ficción sonora en formato podcast (<https://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/podcast/>): la primera narrada por Julián, personaje de la patrulla inicial, en Tiempo de Valientes; y la segunda es Una llamada a tiempo, una conversación telefónica entre el Salvador, el jefe del Ministerio, y Pacino, personaje que reemplazó a Julián cuando desapareció.

Estas interpretaciones del relato abren la obra y la diversifican en formato, a partir de estrategias planificadas por los creadores de la serie. Por ello, en la sección de transmedia (<https://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/transmedia/>) se puede encontrar material adicional sobre la producción, los diversos formatos, las ficciones sonoras y la webserie de confesiones del personaje de Angustias, así como material de redes, fotografías, entrevistas y tras cámaras.

Los guiones, la App y la tienda de objetos, también son parte de la estrategia de fidelización de los “min(h)istéricos”, asumidos como lectores modelo que expanden el relato.

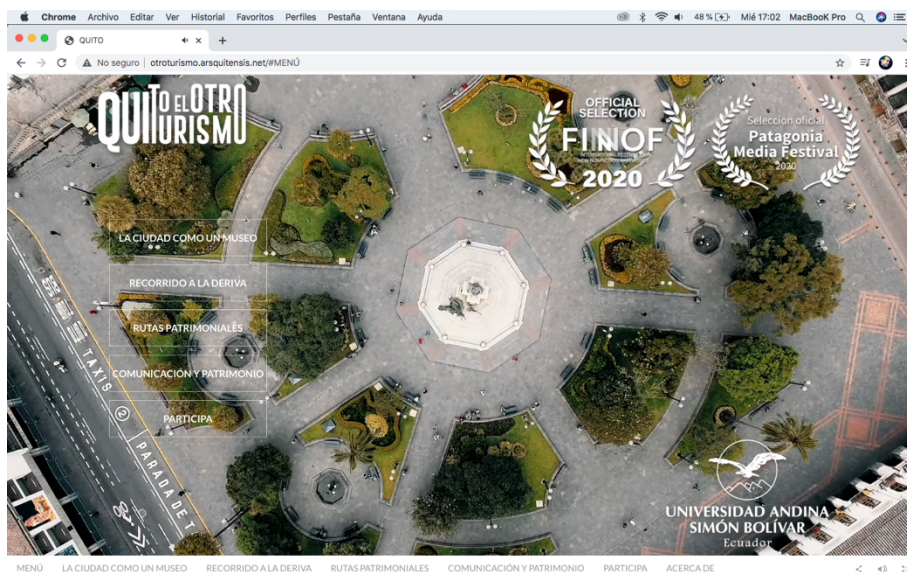
2.3.2. Serialidad de no ficción y patrimonio

Quito, el otro turismo

Quito, el otro turismo (2019) es un proyecto interactivo desarrollado por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, dirigido por Pablo Escandón que vincula la narrativa inmersiva e hipertextual con el patrimonio urbano y las comunidades digitales para la generación de contenido no tradicional sobre la ciudad de Quito.

Este proyecto fue montado en el software Klynt desarrollado por la productora de video y multimedia Honky Tonk, y permite crear proyectos interactivos. Quito, el otro turismo cuenta con varias rutas de navegación para recorrerlas de forma no secuencial e incluso la producción audiovisual se la puede consumir por bloques temáticos no lineales. El punto inicial para el recorrido lo marca el pantallazo principal que muestra a la Plaza Grande como el centro de la ciudad. Adicionalmente, el usuario tiene varias secciones para iniciar el recorrido que se colocan en la parte lateral izquierda e inferior de la página.

Gráfico 12. Home Quito, el otro turismo.



Fuente: <http://otroturismo.arsquitenis.net/>

El sitio propone 3 rutas patrimoniales para que los usuarios recorran la ciudad desde tres puntos de vista diferentes entre obras arquitectónicas, esculturas y murales. Al acceder a cada espacio encontramos información sobre el recorrido o datos complementarios de importancia para expandir el relato.

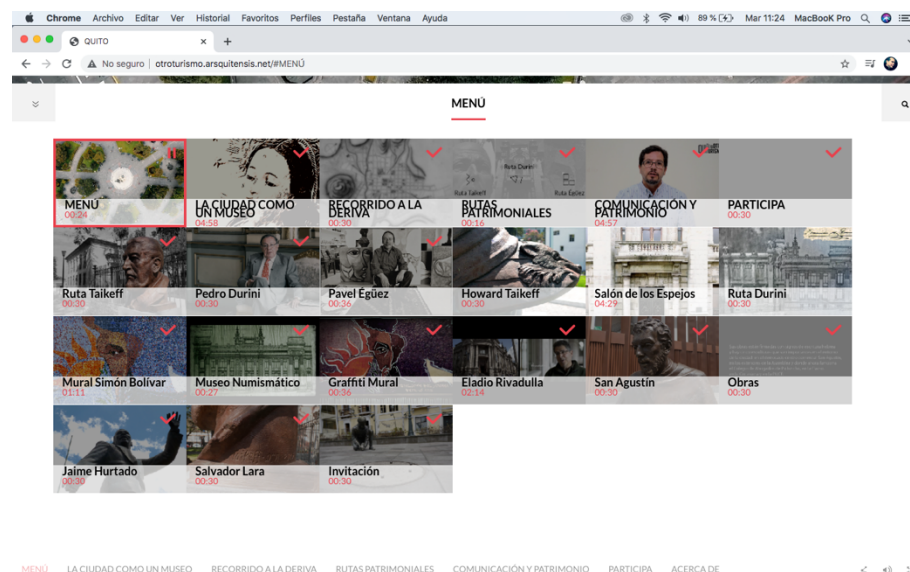
Gráfico 13. Ruta Égüez Quito, el otro turismo.



Fuente: http://otroturismo.arsquitensis.net/#Pavel_%C3%89g%C3%BCez

La participación del proyecto pretende, a través de rutas o itinerarios primarios, que los usuarios recorran la ciudad sin necesidad de acoplarse a un circuito turístico formal, pues cada espacio de Quito nos genera recuerdos, realidades y posibilidades. La memoria de las ciudades son los ciudadanos que recuperan las historias de las calles, plazas y barrios.

Gráfico 14. Menú Quito, el otro turismo.



Fuente: <http://otroturismo.arsquitensis.net/#MEN%C3%9A>

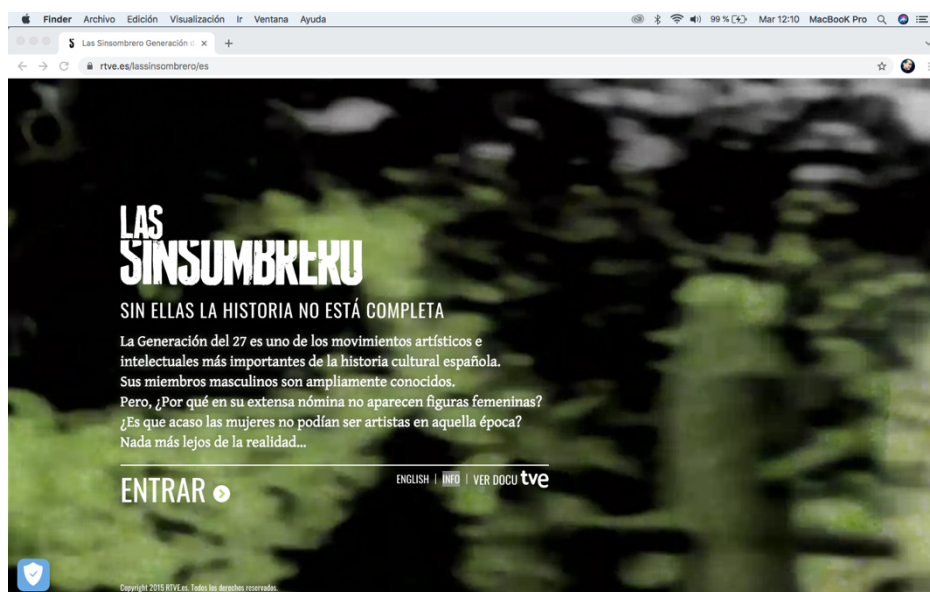
La transformación del patrimonio cultural tiene que ir de la mano con la evolución de la forma como se comunican, no simplemente en medios tradicionales sino con estrategias en línea ancladas a espacios físicos, pues el patrimonio es la herencia histórica para los que habitamos en estos espacios.

Este proyecto se desarrolló con motivo de los 40 años de la declaración de Quito Patrimonio Cultural de la Humanidad por parte de la Unesco y parte de un estudio realizado por Pablo Escandón (2018) sobre 2 comunidades virtuales: Los ladrillos de Quito (@losladrillosdequito) y Quito de aldea a ciudad (@quito.aldeaciudad) que realizan actividades de turismo patrimonial y exploración sobre la ciudad.

Las Sinsombrero

Proyecto dirigido por la Subdirección General de Cooperación Territorial e Innovación Educativa junto a Intropía Media SL. que usa diferentes formatos y plataformas con el objetivo de recuperar, divulgar y conservar el legado artístico e intelectual de las mujeres de la denominada Generación del 27 en España. El proyecto parte de un documental para tv de 60 minutos que fue coproducido y transmitido por la Radio Televisión Española (RTVE), y se expande con un webdoc, wikiproyecto, redes sociales, libros, exposiciones y un proyecto educativo.

Gráfico 15. Home Las Sinsombrero.



Fuente: <https://www.rtve.es/lassinsombrero/es>

A lo largo del contenido del proyecto se narra y difunde la vida de mujeres olvidadas a principios del siglo XX que fueron un importante apoyo en las áreas artísticas e intelectuales de la historia cultural española. La navegación del webdoc es secuencial y está estructurado por tres partes: el documental fragmentado y las secciones *Explora media* y *Participa*. Por un lado, encontramos el documental fragmentado en ocho partes -una por cada protagonista- que se puede visualizar de forma no lineal y permite recorrer en un viaje único a esa generación olvidada. Los recursos sonoros, visuales y audiovisuales ayudan a la presentación del relato y la comprensión de la historia.

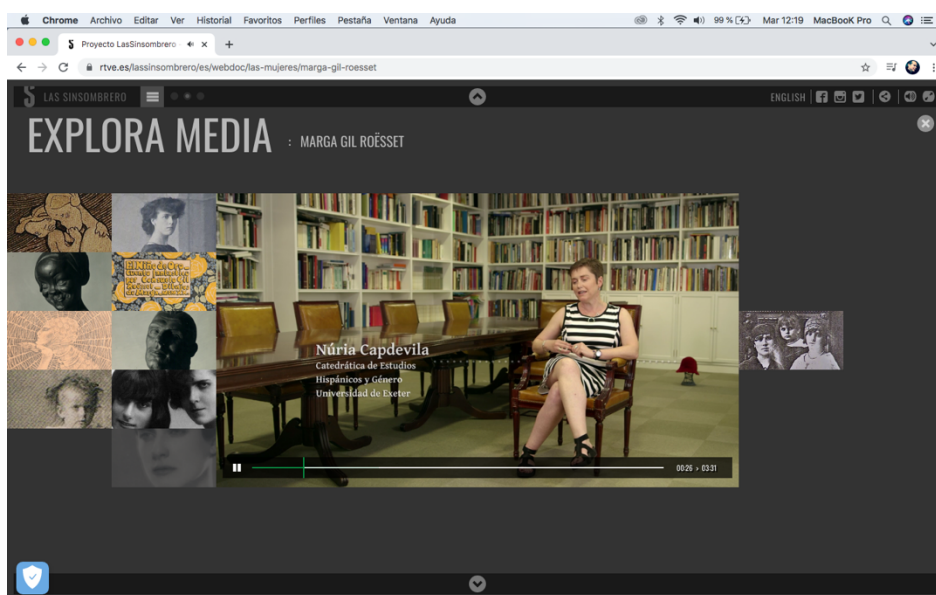
Gráfico 16. Documental interactivo Las Sinsombrero.



Fuente: <https://www.rtve.es/lasinsombrero/es/webdoc/>

En la parte inferior de la pantalla encontramos un botón que nos permite desplazarnos a la sección *Explora Media* en la que encontramos material audiovisual complementario que se construye a base de audios, archivos fotográficos e infográficos que son acompañados con intervenciones de personas especialistas en las obras de las protagonistas.

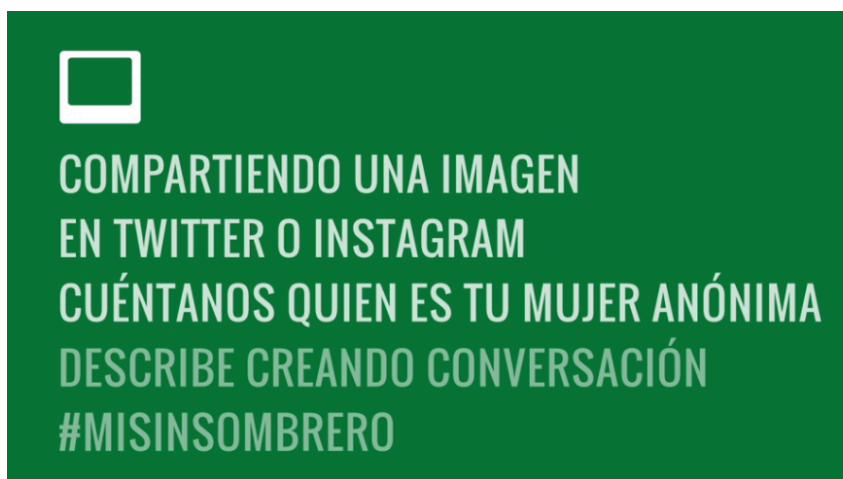
Gráfico 17. Explora Media Las Sinsombrero.



Fuente: <https://www.rtve.es/lasinsombrero/es/webdoc/las-mujeres/>

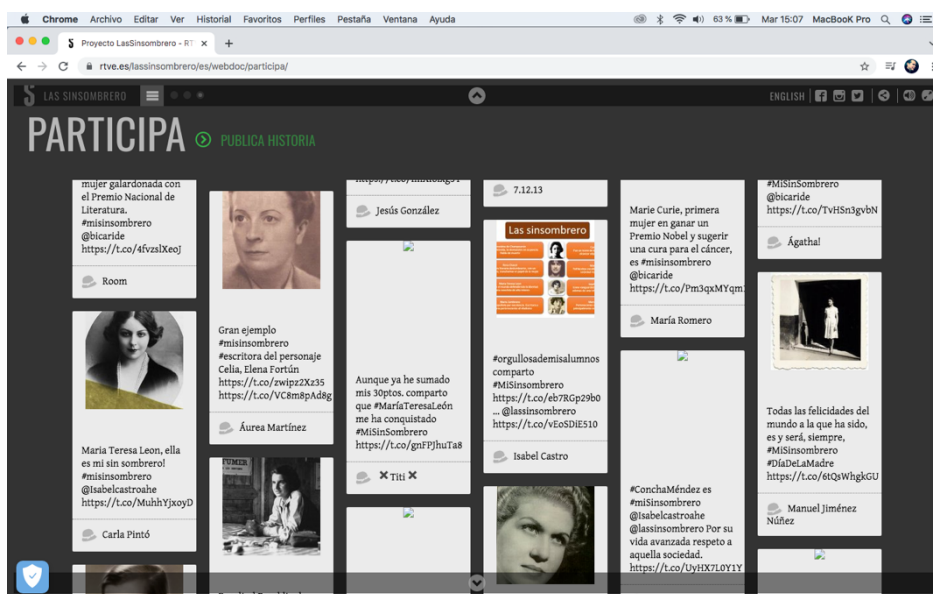
Por último, llegamos a *Participa* -uno de los puntos fuertes del proyecto- que busca recuperar la memoria de mujeres olvidadas que forman una parte importante en la construcción de la cultura española. Lo primero que se muestra es un video animado a base de textos que invita al usuario a compartir una fotografía en Twitter e Instagram con el #misinsombrero de mujeres anónimas que sean parte de procesos de cambio o transformaciones en las áreas de la academia y las artes, con esta fórmula se otorga un mayor protagonismo al usuario. Además, los aportes de los usuarios son incluidos en esta sección.

Gráfico 18. Sección Participa Las Sinsombrero.



Fuente: <https://www.rtve.es/lasinsombrero/es/webdoc/participa/>

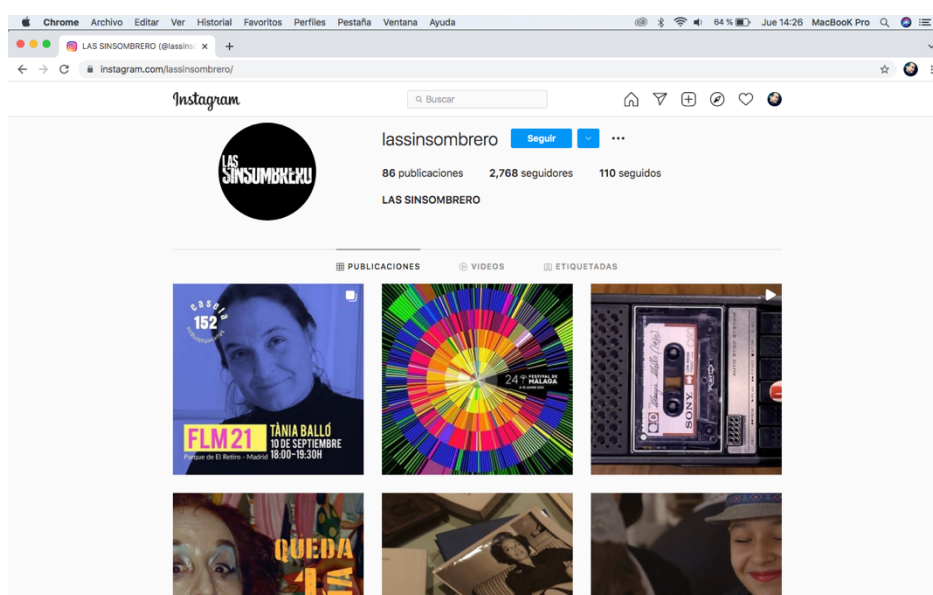
Gráfico 19. Sección Participa Las Sinsombrero.



Fuente: <https://www.rtve.es/lasinsombrero/es/webdoc/participa/>

El proyecto trabaja, simultáneamente, con contenidos anexos en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Estos espacios sirven para brindar información de las actividades que se realiza sobre Las Sinsombrero y la recolección de insumos multimedia que se incluyen en el proyecto.

Gráfico 20. Instagram Las Sinsombrero.

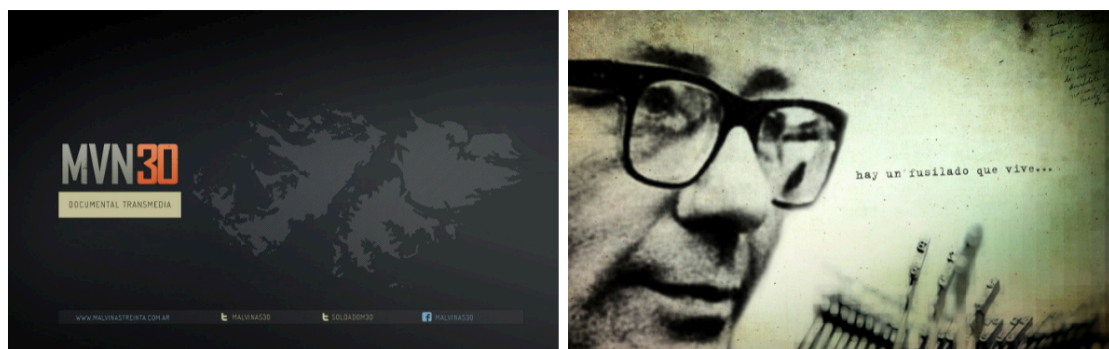


Fuente: <https://www.instagram.com/lassinsombrero/>

Proyecto Walsh y Malvinas 30

El Proyecto Walsh (2010) y Malvinas 30 (2012) fueron dirigidos por Álvaro Liuzzi. El primero de corte periodístico experimental, se basa en el libro “Operación masacre” de Rodolfo Walsh, recrea la investigación de los fusilamientos en 1956 a través de herramientas digitales para mostrar la investigación desde una producción multiplataforma. El proyecto usa un perfil en Twitter que, desde la ficción y en relación con la investigación de Walsh, que relata los escenarios, las personas y los acontecimientos que se apoya de un archivo fotográfico y que incluyen tweets escritos en primera persona que alteran el tiempo actual y sitúan a Walsh en 1957 como si se tendiera un puente en el tiempo. Además, el proyecto usa herramientas de geoposicionamiento y recursos multimedia para que los usuarios interactúen con los sucesos que se narran. En palabras de Liuzzi (2015) “contar la historia argentina en primera persona y en tiempo real, pero sobre todo era capaz de narrar proyectos futuros capaces de narrar hechos históricos de nuestro país de una manera diferente”.

Gráfico 21. Home Malvinas 30 y Proyecto Walsh.



Fuente: <https://medium.com/transmedia-historitelling/malvinas-30-y-proyecto-walsh-resenados-por-el-mit-como-documentales-transmedia-de-referencia-en-ec795fef5003>

Malvinas 30 vio la luz en sincronía con el aniversario de la Guerra de las Malvinas de 1982 entre Argentina y el Reino Unido. El proyecto de cuatro meses de duración revive la historia “en tiempo real” luego de 30 años en la que el pasado y el presente se integran en un relato interactivo sobre los acontecimientos suscitados. La columna vertebral del proyecto es un portal web que alberga archivos visuales, sonoros, audiovisuales, líneas de tiempo, mapas interactivos, entre otros.

Estas propuestas disruptivas rompen con los estándares clásicos de periodismo y se acompañan de estructuras narrativas remixeadas desde el género documental, el transmedia y la comunicación digital interactiva.

Quito, el otro turismo es un webdoc de espacios que son los elementos claves de la narrativa. Las Sinsombrero es un webdoc de un coro de personajes que narran sus historias y que reviven o colocan en la palestra pública a otros personajes. Proyecto Walsh mantiene una narrativa directa con el personaje y, por su parte, Malvinas 30 opera narrativamente con las acciones y sucesos. En los casos presentados existen diferencias entre los elementos narrativos. El webdoc tienen que definir y posicionar sobre lo que se quiere contar, pero humanizando a los personajes, no como procesos tradicionales que cuentan una historia en general y que a larga no participa del proceso de aprendizaje del usuario, sino que debe vincular la relación emocional y la relación de la experiencia que genera con los espectadores.

Capítulo 3. Metodología.

El presente trabajo propone una metodología de investigación de carácter cualitativo, pues como lo establecen Taylor y Bogdan (1987): “La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (p. 19-20). Es así como esta aproximación metodológica propone una comprensión desde el cómo y el porqué de los fenómenos estudiados y no desde el qué.

Taylor y Bogdan (1987) citan a Rist y establecen diez puntos importantes que son fundamentales al momento de aplicar el método cualitativo y sobre los cuales fundamentamos la argumentación de su uso:

1. La investigación cualitativa es inductiva.
2. En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística.
3. Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio.
4. Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas.
5. El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectiva y predisposiciones.
6. Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas
7. Los métodos cualitativos son humanistas.
8. Los investigadores cualitativos dan énfasis a la validez de su investigación.
9. Para el investigador cualitativo, todos los escenarios y personas son dignos de estudio.
10. La investigación cualitativa es un arte. (Taylor y Bogdan, 1987: pp. 20-23).

La recolección de la información acerca del webdoc en temas de memoria histórica y patrimonio no se circunscribe a un consumo determinado de cierto grupo de usuarios o a un género con un número finito producido por artistas o comunicadores audiovisuales e interactivos.

La recolección de la información en este trabajo se centra en la forma cómo se produce, qué elementos deben tenerse en cuenta y cómo se configura el relato expandido y sus relaciones entre géneros y plataformas, para lo cual la investigación cualitativa es

la más adecuada, ya que, desde una perspectiva holística, se genera un relato de entretenimiento, pedagógico, participativo y de concienciación con los usuarios.

Ya que todas las perspectivas son válidas, para la creación de un prototipo de relato expandido como el webdoc, se requiere conocer el criterio y la práctica de los propios creadores y analistas de estos productos comunicacionales, a quienes se les preguntará desde sus experiencias, pues allí radica lo inductivo del método.

Para la realización de este trabajo, además de la descripción de casos paradigmáticos sobre series con expansión mediática y webdocs, que se efectuó en el capítulo anterior, es necesario recabar información con expertos creadores y/o académicos, acerca del uso del webdoc y la narrativa transmedia para temáticas históricas y patrimoniales.

Para tal efecto, se utiliza la técnica de la entrevista como herramienta de investigación cualitativa, por medio de la cual, el investigador accede a los datos mediante una “interacción conversacional, sobre sus experiencias, opiniones o conocimientos específicos sobre un tema particular” (Izcara, 2014, p. 134).

La entrevista en profundidad, también conocida como semiestructurada o cualitativa, permite conocer más detalles del tema investigado, ya que el entrevistado tiene libertad para responder, completamente diferente a lo que sucede en una encuesta, mediante la cual los entrevistados se limitan a dar respuestas cerradas, que luego son cuantificadas (Izcara, 2014; Kvale, 2011).

La entrevista intenta comprender el mundo vivido por el entrevistado desde su perspectiva, pretende obtener sus ideas y descripciones del mundo en el cual vive o investiga con la finalidad de encontrar el significado a los fenómenos que él describe o analiza (Kvale, 2011).

A lo anteriormente expuesto, Izcara (2014) agrega que la entrevista tiene un formato de guía abierta, en el cual no existe una secuencia lógica de las preguntas, pues estas pueden variar en función del contexto, la experiencia y los conocimientos del entrevistado.

Se obtienen descripciones de situaciones y acciones específicas, no opiniones generales. A partir de los relatos exhaustivos de situaciones y acontecimientos, el entrevistador podrá llegar a significados en un nivel concreto, en lugar de hacerlo a partir de opiniones generales (...) (Kvale, 2011, p. 35).

En este caso, las preguntas tienen una estructura lógica de sucesión para que el entrevistado profundice gradualmente el tema que se quiere indagar, desde su perspectiva como creador/investigador. Para el efecto se definieron una serie de entrevistas repetidas a expertos en creación e investigación de series y productos expandidos que tengan relación con temáticas de memoria, patrimonio e historia.

Como bien lo anotan Taylor y Bogdan (1987) la entrevista en profundidad tiene relación directa con la observación participante, ya que el propio entrevistador avanza lentamente, establece un vínculo de confianza con los informantes y realiza preguntas no dirigidas para obtener datos cerrados, sino que orienta una conversación, pues las preguntas que se realizan tienen esa finalidad, dar inicio a una reflexión desde la experiencia del informante.

De esta manera, el método cualitativo, planteado en este capítulo, se complementa, una vez más, reiteramos, con la observación y descripción de los casos emblemáticos del capítulo anterior, para dar paso a lo que los creadores e investigadores reflexionan sobre la temática propuesta en este trabajo.

Para definir el perfil de los entrevistados, se establecieron dos condiciones: que tengan tanto una práctica profesional y creativa, así como una de formación e investigación, razones por las cuales se estableció un número de cinco informantes estrechamente ligados con la producción de series, transmedia y/o webdocs, y que tengan vínculos académicos con la docencia y/o la investigación.

Los expertos entrevistados fueron:

1. Alex Schlenker, (Ecuador) cineasta, guionista y productor audiovisual; investigador sobre la transformación del documental audiovisual, es doctor en Estudios

Culturales por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, en donde es docente.

2. Alejandro Ángel Torres, (Colombia) Comunicador Social y Periodista, máster en Diseño y Realización de Programas y Formatos de Televisión de la Universidad Complutense de Madrid y doctorando en Comunicación de la Universidad Nacional de la Plata, es productor y realizador audiovisual de webdocs, transmedia y relatos expandidos, director de #NarrarElFuturo: Festival de Cine Creative Commons & New Media Bogotá y docente de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.
3. Javier Olivares, (España) licenciado en Historia del Arte, máster en Estética. Actualmente es profesor de Guion en el máster de Producción de la Universidad Complutense y director del área de Cultura del IED Madrid. Es dramaturgo y guionista. Es creador de las series Isabel, Víctor Ros, Kubala, Moreno i Manchón; junto con su hermano Pablo Olivares creó El Ministerio del Tiempo, del cual es showrunner.
4. Álvaro Liuzzi, (Argentina) licenciado en Comunicación Social, consultor en Medios Digitales. Productor y director de proyectos periodísticos, educativos, interactivos y transmedia con reconocidos medios de comunicación e instituciones públicas y privadas, como Malvinas 30 y Proyecto Walsh, los más representativos. Actualmente dicta clases en la Especialización en Comunicación Digital de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina), es profesor invitado en la Maestría en Periodismo y Comunicación Digital de la Universidad de la Sabana (Colombia) y forma parte de proyectos de capacitación digital con Deutsche Welle Akademie, división de formación periodística de la cadena de medios públicos de Alemania.
5. Carlos Obando Arroyave, (Colombia) es Ph.D en Investigación Pedagógica - Línea Tecnologías de la Información y Comunicación de la Universitat Ramon Llull, tiene un Máster en Estudios Avanzados (DEA) en Investigación Pedagógica con énfasis en comunicación digital por la misma universidad. Tiene un Máster en Comunicación Audiovisual Digital por la Universidad Internacional de Andalucía, es Especialista en Semiótica - Estética por la Universidad Nacional de Colombia y es Comunicador Social - Periodista por la Universidad de Antioquia, en Colombia. Entre 1995 y 2000 guionizó

y dirigió una serie de documentales para la televisión sobre temas sociales, culturas urbanas y juveniles, trabajo que combinó con la de periodista y reportero de televisión en temas urbanos, conflicto armado y derechos humanos en Colombia. Actualmente coordina la Especialización en Televisión Expandida y Transmedia de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Se estableció contacto previo con los entrevistados para conocer de su disposición antes de proceder al envío de las preguntas por correo electrónico, ya que la ubicación geográfica de cada uno difiere de la del entrevistador, salvo Alex Schlenker, quien vive en Quito; los demás entrevistados son extranjeros y con ello se logra tener una buena muestra acerca del trabajo audiovisual expandido y seriado en temas de comunicación patrimonial e histórica en Iberoamérica.

Con este primer acercamiento, se estableció el *rapport* (Taylor y Bogdan, 1987), a partir del cual se pudo mantener una línea directa de comunicación vía WhatsApp, correo electrónico y redes sociales, en donde se mantuvieron intercambios con los informantes para que no se sintieran presionados para la entrega de las respuestas, sino que al contrario, tuvieran claro que su aporte es importante para la reflexión y desarrollo del webdoc, la narrativa transmedia y la expansión del relato en temas de memoria histórica y patrimonio.

En el primer contacto el entrevistador se identificó como investigador de la Universidad Nacional de Rosario y la finalidad académica del proyecto, también se informó acerca de la temática y momento histórico, así como la ubicación geográfica del prototipo, ante lo cual los entrevistados accedieron al envío de las preguntas.

Mediante envío de correo electrónico a cada una de las direcciones de los entrevistados, se estableció el siguiente contenido:

Mi nombre es Franklin Aguilera. Estoy realizando mi tesis de Maestría en Comunicación Digital Interactiva sobre el uso de la narrativa digital y transmedia para temas históricos y patrimoniales, por lo cual su participación como experto es importante para el desarrollo de este tema, que tendrá como proyecto narrativo un prototipo de webdoc sobre la Expulsión de los Jesuitas en 1767 por parte de la Corona Española y su impacto en la

Audiencia de Quito, principalmente en la hacienda azucarera de El Chota, donde hubo mano de obra de esclavos africanos. Mi director es el Dr. Pablo Escandón, quien me sugirió su nombre para el desarrollo de este apartado. Agradezco su participación que será muy provechosa para el desarrollo de este tema.

A continuación, las preguntas, que bien pueden ser contestadas en el propio cuerpo del correo.

1. La narrativa audiovisual de ficción, ¿en qué momento puede enseñar o ser pedagógica para la comprensión de una etapa histórica?
2. ¿De qué manera el escritor y/o creador de una serie se implica en la creación de los demás productos, como la web, los podcasts y demás formatos transmedia?
3. Al trabajar con personajes históricos, que son patrimonio del imaginario nacional y hasta mundial, ¿de qué manera se logra conectar con los usuarios o audiencias actuales?
4. ¿Qué potencialidad considera usted que las narrativas actuales, digitales, webdoc y transmedia tienen hoy en día para comunicar sobre temas patrimoniales o históricos?
5. En relación con la pregunta anterior, ¿de qué manera un formato narrativo tiene que ser encasillado como ficción o no ficción para poder comunicar sobre lo patrimonial o histórico?
6. Puede considerarse de alguna manera que sus producciones sean consideradas como un material de aprendizaje sobre historia. Sí. No. ¿Por qué?

De los cinco entrevistados tan solo Olivares respondió el correo electrónico, los demás prefirieron enviar audios, lo cual fue mucho más enriquecedor, pues las respuestas fueron más extensas y reflexivas.

Síntesis de respuestas

En lo que coinciden los entrevistados es que los webdoc de no ficción pueden manejar niveles recursivos de ficción, pero siempre manteniendo un rigor con el hecho histórico y de esto depende la reacción y/o relación que el usuario tenga con el relato. Además, los personajes deben mostrarse como humanos, como parte de la historia para que se vinculen con el espacio narrativo que es la interfaz digital y que guíen todo el

proceso de explicación histórica de los personajes y espacios que son elementos de la narración que habilitan en el relato.

La fusión de recursos para captar la atención del usuario y buscar en él una respuesta favorable al contenido usa una lógica mixta entre formatos, soportes y plataformas que permiten que el usuario se sienta más a gusto con lo que consume. Por ejemplo, la serie *El Ministerio del Tiempo* mantiene una lógica educativa y pedagógica que envuelve al espectador desde el entretenimiento y con un alto grado educativo y pedagógico. Olivares y su equipo conocen a su público y les ofrece un sin número de recursos -no solo en la serie- con los que logran viralizar sus contenidos y así en el capítulo 38 de la cuarta temporada titulado “La Memoria del tiempo” (2020), mencionado por Alejandro Ángel (2021), cuenta con el uso de varios recursos audiovisuales, gráficos y sonoros para mejorar la narrativa y la narración, y por ende el relato, sin dejar de lado las redes sociales que en el capítulo mencionado, previo a su estreno, se presentó un avance con el #MdTMeninas en el que vemos a Diego Velázquez entrar al Museo del Prado al ritmo de trap con el tema *Velaske, yo soi guapa?* producido por Christian Flores (2017) para el canal de YouTube Playground Fire, y de esta forma desacraliza el espacio museístico, lo vuelve más cotidiano y cercano. Se usa un remixeo de propuestas audiovisuales que, en algún momento, tienen una validez en los soportes y plataformas digitales para ubicarlos en otros espacios sin importar el tiempo.

El tema pedagógico y el uso de lo histórico tiene que pensarse con miras hacia el entretenimiento. El webdoc engloba nuevos géneros como el documental interactivo o el reportaje multimedia, incluso nuevos formatos interactivos audiovisuales, arte y cultura digital, pero desde lo educativo y lo práctico de las narrativas para llegar al público.

Schlenker (2021) señala que “la narrativa audiovisual de ficción, en primera línea, dependerá de su uso o inserción pedagógica en el entorno educativo”. El proceso de transmisión del patrimonio histórico y cultural vincula no solo a determinados hechos históricos dentro de un contexto, sino que permite usar elementos fácticos que son conocidos por la audiencia para generar procesos educativos afines al contexto histórico.

El utilizar narrativas de no ficción y ficción son idóneas desde un concepto de gamificación para generar procesos formativos ya que el espectador se encuentra con

espacios de mayor entretenimiento no formales que le permiten recibir una formación con estructuras narrativas amplias e interactivas (Ángel, 2021).

El espectador identifica el proceso de documentación de los temas históricos o en algunos casos los investiga por su cuenta para comparar los hechos o sucesos que se presentan desde una propuesta de documental interactivo. Sin embargo, las licencias ficcionales son válidas y permiten, a través de recursos multimedia, agrupar un sin número de elementos que rondan en los temas planteados para enseñar pedagógicamente una historia. Como menciona Olivares (2021) “la narrativa audiovisual debe, ante todo, entretener”, y ese entretenimiento gusta a la audiencia porque está familiarizada con el consumo de estos contenidos.

Obando (2021) afirma que los usuarios y las audiencias se conectan con las historias dependiendo de la calidad del guion o documentación de los procesos históricos, la presentación y/o construcción de los personajes en el contexto histórico y cómo se presentan los productos en los medios tradicionales y digitales. Además, se suman las estrategias de participación y distribución de los contenidos. Las posibilidades transmediales movilizan contenidos en diferentes espacios que atrapan la atención de las audiencias a nivel histórico y patrimonial que “hacen que la gente se entere de una problemática y participe” (Schlenker, 2021).

Los proyectos realizados desde la realidad factual son material de aprendizaje para la historia. En el presente se muestran como un proceso narrativo, pero en el futuro se usan para educar, para recorrer hechos del pasado. Cada vez que se produce contenidos de nuevos formatos “estamos dejando una forma de memoria para nuestro presente, pero sobretodo para nuestro futuro” (Ángel, 2021).

En el caso de Directo Bogotá la producción periodística se convierte, con el paso del tiempo, en un archivo histórico o un repositorio. Los contenidos que se producen desde el periodismo y tienen vigencia en el tiempo gracias al registro de hechos, sucesos o acontecimientos específicos que, posteriormente, serán una fuente de consulta, insumos o recursos para elaborar otros productos.

Ejemplos planteados por los entrevistados, resaltan la importancia del uso del documental interactivo para narrar lo real y construir tramas, personajes e historias que conviertan al hecho en un recurso de entretenimiento pedagógico. Depende del contexto en el que se consuma el proyecto, puede cambiar a una lógica u otra; por ejemplo, lo que los usuarios hacen con el producto y cómo lo consumen, y cómo el educador emplea el material de aprendizaje en el aula para contar un hecho histórico.

Estamos en una época en la que las narrativas de no ficción y ficción son muy útiles desde el concepto de la gamificación o desde el uso de estas narrativas para generar procesos formativos dado que los espectadores de cualquier tipo de rango etario que quieren aprender algo, cada vez quieren acudir a espacios que sean de mayor entretenimiento, espacios que no sean absolutamente formales o que sientan que están yendo a una clase o un curso, sino que están recibiendo una formación que puede ser inclusive fidedigna, pero que acude a narrativas o estructuras dramáticas de la ficción.

Capítulo 4. Maqueta.

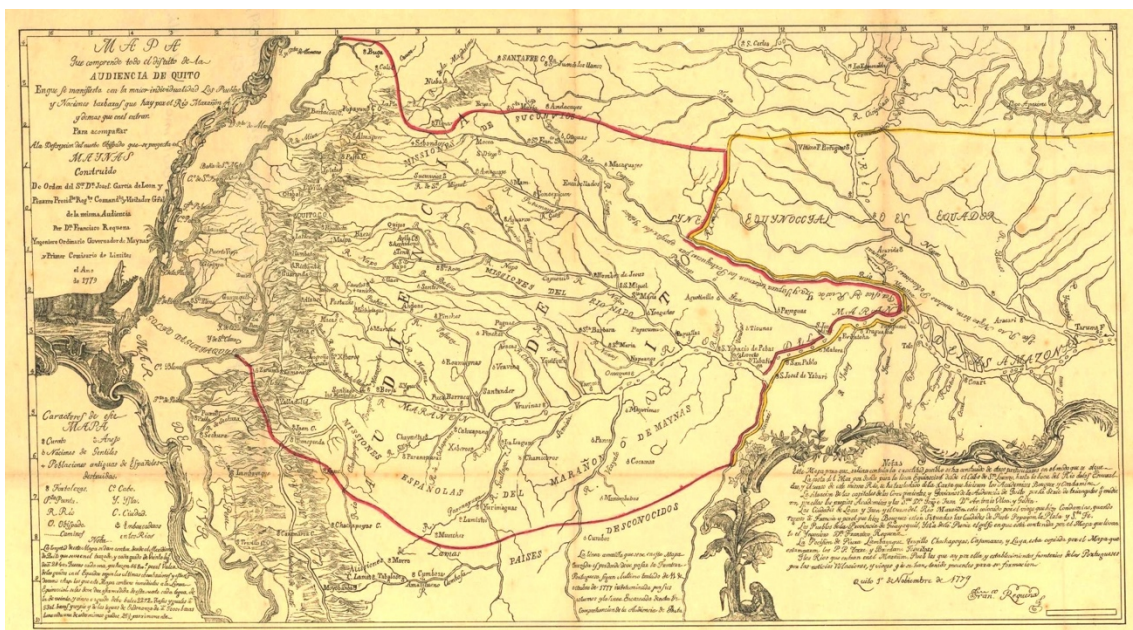
El proyecto busca, a través del webdoc, contar los hechos de la expulsión de los Jesuitas de la Real Audiencia de Quito con narrativas digitales para la transmisión del patrimonio histórico y cultural.

Extrañamiento de Quito

En 1767, la Compañía de Jesús fue expulsada por el Rey Carlos III de todos los dominios de la corona española y los religiosos se vieron forzados a dejar las diversas provincias americanas y buscar asilo. Este periodo es conocido como la Pragmática del Rey Carlos de España para que se expulsen a los Jesuitas de sus territorios.

Las razones oficiales con las que se justificó la expulsión apelaban al enorme enriquecimiento de los Jesuitas en sus misiones religiosas en América y haber intervenido en contra de los intereses políticos de la Corona. De este modo, se produce una conspiración que proviene, supuestamente, de Francia por el poder que acaparan y sus incidencias en las cortes, decisiones en el poder económico, político, académico y social.

Gráfico 22. Mapa Real Audiencia de Quito.



Fuente: Biblioteca Ecuatoriana Aurelio Espinosa Pólit.

El 15 de septiembre de 1622, la orden de los jesuitas, fundaron la Universidad San Gregorio Magno par ampliar y continuar los estudios que se realizaban en el Colegio Seminario de San Luis. A través de la educación selectiva buscaban formar futuros miembros de la sociedad con influencia en la economía sociopolítica de la Audiencia. Además, trajeron la imprenta y con estos dos elementos tienen el poder del conocimiento académico formal y de formación, y el poder de la prensa.

Esto hace que la Corona se alerta y da la orden para que se quite todo lo que posee esta orden religiosa y los expulsan de todos los dominios españoles; es decir, de toda América, y que tampoco encuentren asilo en sectores de Francia, Alemania, Filipinas, Japón y China en los que eran misioneros.

En agosto de 1767, llega la orden a la Real Audiencia de Quito para que el presidente José Diguja la ejecute y se toman 11 días para que lleguen todos los religiosos de la orden jesuita hacia Quito, al sur desde Piura y al norte desde Popayán, otro grupo de religiosos llegan del oriente, pero van directo a la costa para la expulsión.

Maqueta: Extrañamiento

URL tentativa: www.extrañamiento.net

El proyecto se lo colocará en la web y redes sociales de forma progresiva y relatará los antecedentes al extrañamiento, los 11 días en los que sucedió este hecho y el posterior impacto que produjo en la Real Audiencia de Quito.

El webdoc será montado en Klynt por la versatilidad de sus herramientas y la implementación de videos interactivos que, en una de las secciones, busca narrar el proceso del extrañamiento desde dos visiones: la de historiadores laicos y la de historiadores de la iglesia católica, y albergará la producción audiovisual que se realizará en los espacios en los que se encontraba la orden de los jesuitas. Por otro lado, se utilizará contenido multimedia para contar el proceso histórico con relación al poder que adquirieron los Jesuitas en la Real Audiencia de Quito, los documentos que se publicaron sobre el extrañamiento, libros de cuentas, mapas de ubicación del territorio en el que se encontraba la orden.

Se plantea una primera pantalla en la que se explica el proyecto. La segunda pantalla corresponde al home y contiene 3 rutas de navegación: barra inferior con secciones, menú lateral y mapa de sitio. Cada uno de los menús permiten una ruta de navegación no lineal en la que el usuario se sienta cómodo para recorrerla a su antojo.

Gráfico 23. Home del proyecto.

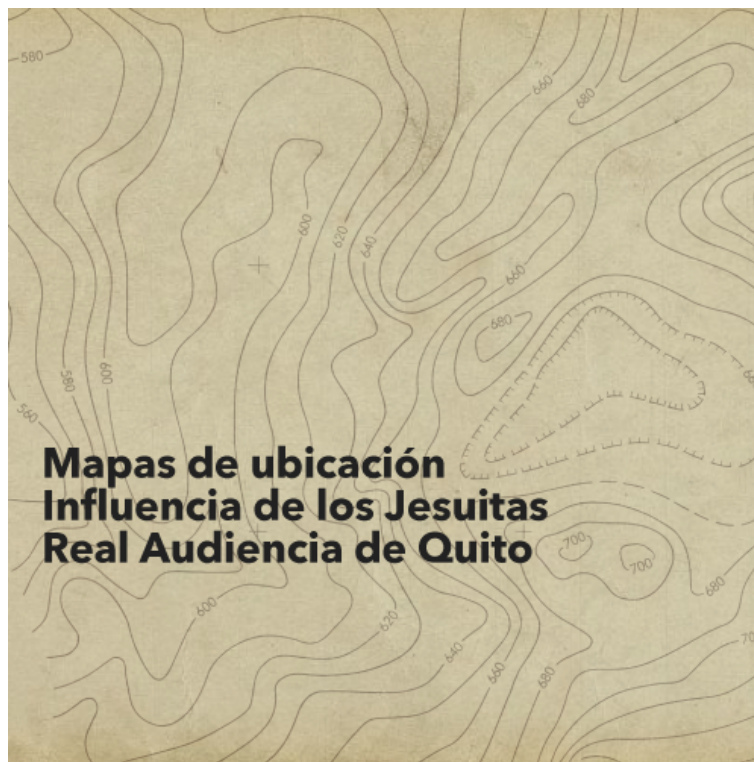


Elaboración propia.

El webdoc cuenta con tres secciones principales y dos secciones expansivas. Los primeros contenidos abordan las siguientes temáticas:

- a. Antecedentes: relatos sobre temas políticos, sociales y económicos que provocaron la expulsión.
- b. Mapas de ubicación: territorio e influencias de la orden jesuita en la Real Audiencia de Quito.
- c. 11 días de extrañamiento: viaje y salida de los jesuitas, triangular la ruta de salida de la Audiencia.

Gráfico 24. Mapas de ubicación.



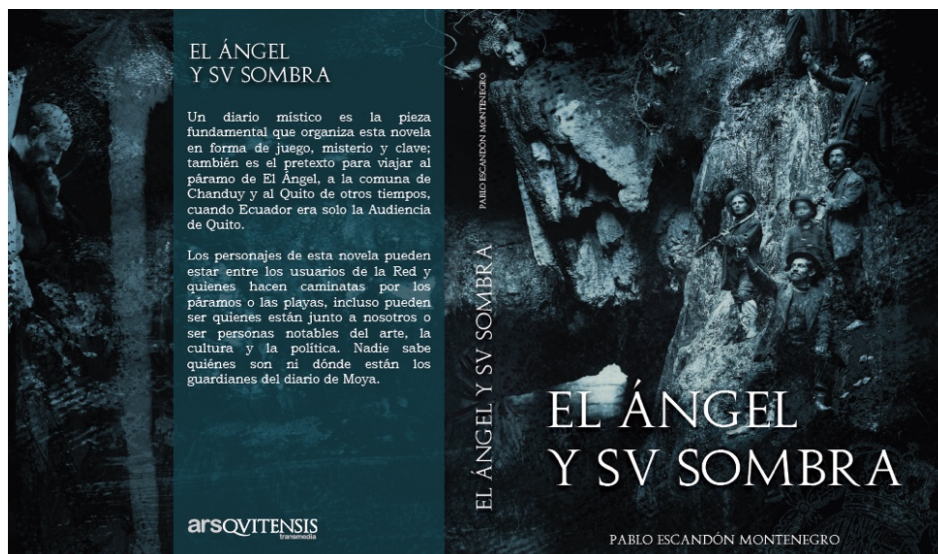
Elaboración propia.

La siguiente sección genera acciones en los espacios actuales en los que se encontraba la orden jesuita para conocer la expansión en la Real Audiencia de Quito. Se realizarán grabaciones en el espacio donde funcionó el Colegio Mayor, adyacente a la Iglesia de la Compañía. También se entretrejen historias que provienen del libro *El 'Valle Sangriento'* de Rosario Coronel Feijoó que relatan historias en el complejo cañero en la hacienda jesuita del Chota entre 1580 y 1700.

Por último, el proyecto se vincula a una producción de ficción con la novela *El Ángel y su sombra*¹ que tiene relación con el extrañamiento y que trabaja una recreación ficcional, contenido audiovisual, música y podcast.

¹ Esta es la historia de Giovanni Tapia, un historiador que descubre el diario místico y sus sucesivos guardianes. El páramo de El Ángel es el escenario donde se producen mágicas transformaciones y el tiempo se torna en un bucle constante.

Gráfico 25. Portada y contraportada El Ángel y su sombra.



Fuente: Pablo Escandón (2021).

Otros contenidos paralelos que se encuentran en el webdoc y se distribuyen en las redes sociales del proyecto son los libros de cuentas que serán expuestos a través de visualización de datos en los que se incluyen número de tierras y deudas con los Jesuitas que fueron recolectados por el Padre Francisco Piñas Rubio, entre estos se encuentran:

1. Catálogo de la Provincia de Quito de la Compañía de Jesús en la Colonia 1586-1767.
2. Inventario de la Universidad de San Gregorio de la Compañía de Jesús durante su secuestro en 1767.
3. Inventario del Colegio Máximo de Quito de la Compañía de Jesús y sus haciendas durante su secuestro el 20 de agosto de 1767.
4. Inventario del Colegio Seminario de San Luis de Quito y sus haciendas durante su secuestro en 1767.

Estos documentos son transcripciones de folios manuscritos que se encuentran en el archivo de la Compañía de Jesús en Ecuador y notan el poder adquisitivo de la orden en la Real Audiencia de Quito.

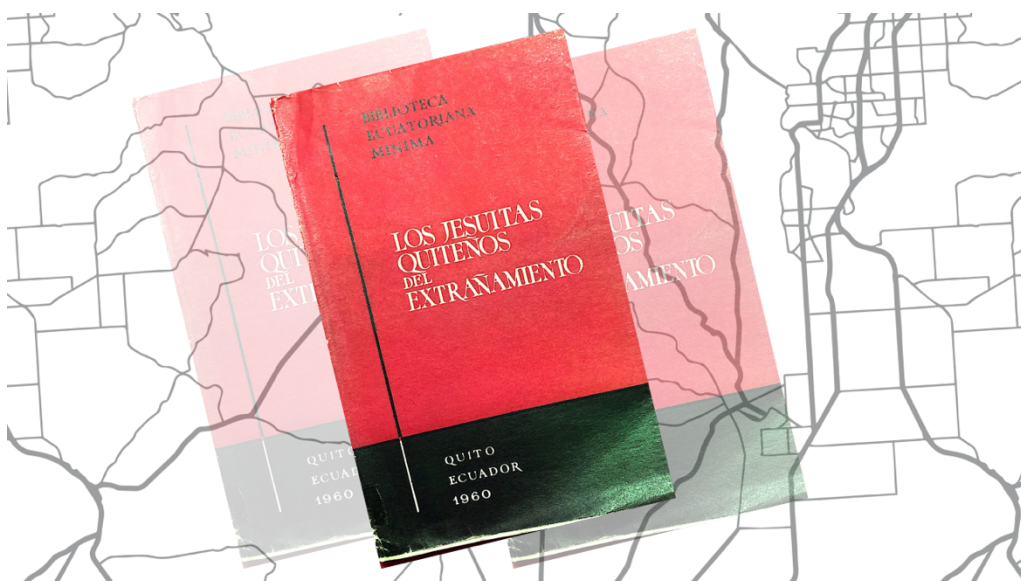
Gráfico 26. Catálogo e inventarios recopilados por el Padre Francisco Piñas Rubio.



Fuente: Biblioteca Ecuatoriana Aurelio Espinosa Pólit.

Además, se implementará una sección de contenidos descargables en formato .pdf para expandir el contenido. El texto *“Los Jesuitas Quiteños del Extrañamiento”*, obra que recoge cinco tomos manuscritos que reunió el Padre Juan de Velasco en su último año de vida, plantea una ruta a seguir a través de los relatos de los siervos a la orden jesuita desde sus misiones, proceso de extrañamiento, asilo y últimos días de vida.

Gráfico 27. Portada libro Los Jesuitas Quiteños del Extrañamiento.



Fuente: Biblioteca Ecuatoriana Mínima (1960).

Propuesta de trabajo programado

En este apartado, se describe la propuesta de trabajo programada para la elaboración de un documental interactivo sobre el proceso de extrañamiento de los jesuitas de la audiencia. El webdoc prevé un crecimiento para que se sumen contenidos con relación a las actividades de esta orden religiosa y su expulsión en otros países latinoamericanos, pues este hecho histórico se realizó de forma sincrónica en todos los dominios de la corona española.

a. Propuesta por secciones

Cada sección expande el conocimiento y la información en relación con cada tema previsto. A continuación, se detalla el proceso de desarrollo de contenidos con relación a la maqueta y las propuestas de trabajo programado.

1. Tiempo y espacio.

Marco europeo y americano de lucha de tensiones entre la ilustración secular y la fuerza política que adquiere una organización dentro de la iglesia católica a lo largo del tiempo.

Presencia en territorio, expansión de dominios y centralización del poder de la Compañía de Jesús.

Espacios en los que se encontraban los Jesuitas en la Real Audiencia de Quito y cómo lucen o qué funcionan en los lugares en los que tenían sus propiedades, colegios, universidades, etc.

2. Actores, relaciones y procesos.

Los Jesuitas antes y después del extrañamiento de los territorios españoles. Participación de las otras ordenes religiosas: dominicos, franciscanos y agustinos. Involucramiento de países en contra de los Jesuitas.

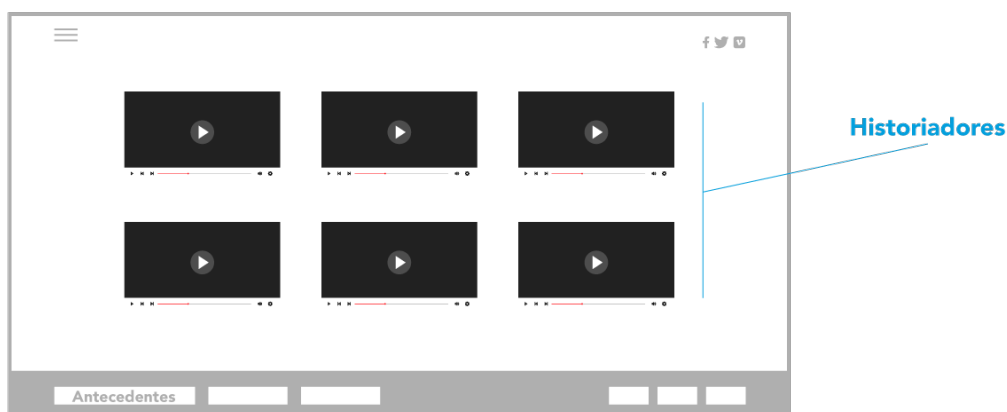
3. Contenidos multimedia.

Las secciones constan de trabajo interno por cada tema que se pueden compartir por las redes sociales del proyecto como Facebook y Twitter para generar interacción con los usuarios y provocar tráfico hacia el webdoc para complementar la información.

b. Contenidos específicos

El webdoc cuenta con 5 secciones, las 3 primeras agrupan los contenidos que se desarrollarán para contar la expulsión de los Jesuitas de la Real Audiencia de Quito. El punto inicial temático aborda los antecedentes de la expulsión y la situación de la orden religiosa en aspectos políticos, sociales y económicos. Estos se contarán a través de productos audiovisuales en los que participan historiadores laicos y religiosos para comprender los hechos desde varias visiones. La participación de estos especialistas, por su rectoría en el tema, amplía una posibilidad de conocimiento directo con el espectador que tendrá el control de ubicar el punto o bloque informativo que desee consumir.

Gráfico 28. Sección Antecedentes.



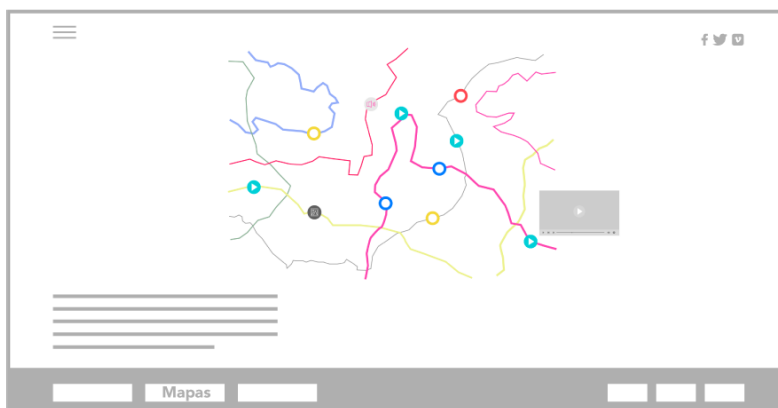
Elaboración propia.

Las personas identificadas para esta sección son: Enrique Ayala Mora y el Padre Francisco Piñas Rubio S. J. que el año pasado se grabaron su intervención, Carlos Landázuri, Carlos Freile y el Padre Iván Lucero S. J.

La segunda sección se trabaja a través de mapas de ubicación que identifiquen la influencia de los Jesuitas en los territorios de Real Audiencia de Quito y presenten una

comparación con locaciones actuales. Este proceso busca una amplia comprensión del poder jesuita y conocer la transformación de los espacios en los que realizaron su accionar.

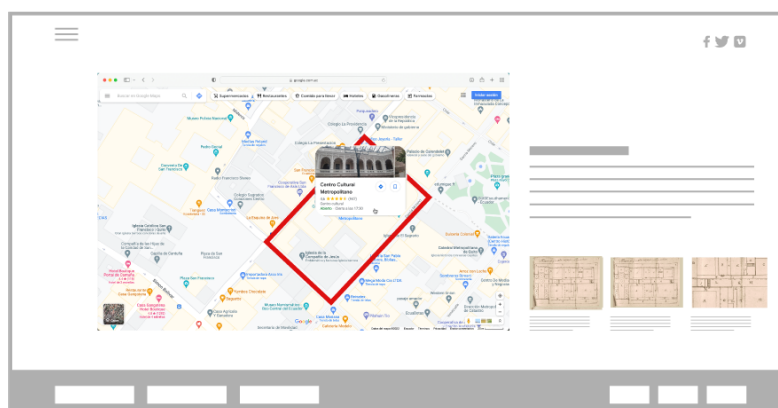
Gráfico 29. Mapas de ubicación.



Elaboración propia.

Estos mapas contienen puntos de interacción con el usuario para que al accionarlos encuentre información complementaria en textos, audios, fotografías, audiovisuales e infografías. Otra ruta de navegación se integrará en tiempo real con la ayuda de Google Maps que permite geoposicionar los espacios y mejora la experiencia de conocimiento de de los usuarios.

Gráfico 30. Ubicación a través de Google Maps.

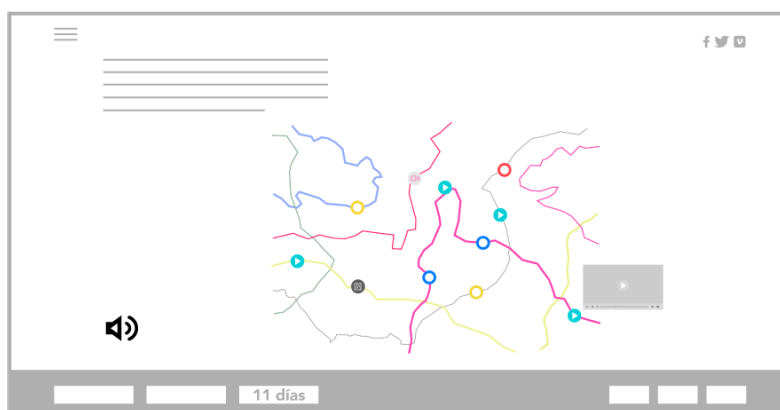


Elaboración propia.

La tercera sección se basa en los 11 días de extrañamiento de los Jesuitas de la Real Audiencia de Quito. Se triangulará las rutas de desplazamiento hasta la llegada a la

costa de la Audiencia para su expulsión. Los mapas marcan el recorrido que realizaron los Jesuitas y se incluyen audios descriptivos relatados en el libro *Los Jesuitas Quiteños del Extrañamiento*. Estos relatos tomarán un tinte ficcional, por el uso de un locutor, pero mantienen el rigor de la publicación.

Gráfico 31. Mapas de ubicación.



Elaboración propia.

c. Niveles de interacción

El nivel de interacción de los usuarios con los contenidos inicia a través de 2 posibles rutas: consumo de contenidos mínimos en redes sociales y visionado de los contenidos en la web. Como se explicó anteriormente, el documental interactivo usa 3 posibles rutas de navegación de forma no lineal y busca que el usuario identifique el punto de partida del consumo de contenidos.

d. Diseño estético

El diseño estético se lo realiza a través del *benchmarking* o punto de referencia para la selección del universo estético que se aplicará en el proyecto. Las referencias son producto de la identificación del uso estéticas con alto impacto visual.

La colorimetría que se usará para el proyecto se basa en el universo estético del diseñador gráfico Enzo Merino. El uso de esta paleta de colores produce una sensación de misterio relacionada con el proceso de extrañamiento de los Jesuitas. El uso de grises

y rojo predominan en la estética de los contenidos como representación de la expulsión que si bien fue un hecho pacífico produce una salida abrupta de la orden religiosa.

Gráfico 32. Colorimetría.



Fuente: <https://www.behance.net/Zmerino>

La tipografía seleccionada es la familia Arvo.

Gráfico 33. Familia tipográfica que se usará en el proyecto.



Fuente: <https://www.dafont.com/es/>

Conclusiones

Los documentales interactivos son herramientas de transformación, un laboratorio de ideas y recursos para construir espacios de socialización y buenas prácticas narrativas que se pueden abordar desde una estrategia lúdica-educativa porque dinamizan y favorecen la participación. El relato implica que el usuario participe, mediante procesos de elección, en la construcción espacial de la inmersión recreada con los contenidos y que, por lo tanto, crea accesos a la historia a través de la interfaz.

El webdoc modifica los recursos y las rutas en las que el usuario consume el contenido de una forma muy diferente al documental tradicional que en la mayoría de los casos permitía una visión unidireccional de tema que trataba, pero gracias a las plataformas digitales y móviles los contenidos y sus elementos se agrupan y presentan información a profundidad. No existen medios iguales, cada plataforma o soporte tiene su lenguaje y gramática propias en las que encontramos la información que necesitamos.

El consumo de contenidos con temáticas de patrimonio histórico y cultural son claro ejemplo para el uso de narrativas expandidas sin dejar de lado los medios tradicionales, sino implementando estrategias digitales que complementen el relato asociando nuevos espacios de comunicación ya que los usuarios están acostumbrados a los entornos virtuales. Ese remixedo entre los medios analógicos e interactivos generan interacción del usuario con la historia y el rol fundamental en la coordinación de las estrategias de distribución de contenidos en las plataformas.

Un aporte importante son las entrevistas realizadas a los expertos en temas de académicos y de producción de contenidos expansivos que nutrieron la generación de la propuesta. Cada una de sus visiones son esenciales en construcción de los contenidos programados para la elaboración del webdoc del proceso de extrañamiento de la orden jesuita de la Real Audiencia de Quito.

El webdoc presenta una estructura completa de contenidos, formatos y plataformas para contar y recrear relatos históricos, culturales y patrimoniales, ya que permite la producción de recursos desde la recuperación de archivos documentales de otras épocas, como manuscritos y mapas, para presentarlos en formatos digitales

complementarios con lo cual se remedia la producción de los productos desde una nueva lectura, adaptación o interpretación libre con lógicas de producción innovadoras y mejoras propias del entornos digitales.

Bibliografía

- Casas-Alatriste, R. (2018). Este es el universo transmedia de La Peste. El Cañonazo. Recuperado el 30/04/2020 de <http://elcanonazo.com/universo-transmedia-la-pestela-nueva-serie-movistar/>
- Domínguez, Eva (2012). Periodismo inmersivo: fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y la acción. Tesis doctoral. Barcelona: Universidad Ramón Llull.
- El Ministerio del Tiempo (2020). Web oficial de Ministerio del Tiempo. Recuperado de <https://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-serie/>
- Escandón, Pablo (coord.) (2021). Comunicación cultural y patrimonial. Quito: UASB-E, El Conejo.
- Galán, José Ignacio (2014). “La transmedialidad, una nueva gramática para el sujeto complejo”, en *Portal de la Comunicación*, recuperado el 10 de julio de 2020 de http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=71
- Genette, Gerard. 1989. Palimpsestos: la literatura en segundo grado, Madrid: Taurus.
- Gifreu-Castells, Arnau. "El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente". [online]. Hipertext.net, 9, 2011. <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/documental-multimedia.html>
- Gifreu-Castells, Arnau. 2013. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo. Barcelona: UOC Press.
- Gifreu-Castells, Arnau. 2016. “Inmersión en narrativas interactivas y transmedia”, en Irigaray y Renó (comp.) *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Irigaray, Fernando y Renó, Denis (comps.) (2016). *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires: Crujía.
- Izcara, Pedro. (2014). Manual de investigación cualitativa. México: Editorial Fontamara.
- Jenkins, Henry (2009). *Convergence culture*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, Henry (2014). “Transmedia 202”, en *Henryjenkins.com*, recuperado el 10 de julio de 2020, de <http://henryjenkins.org/2014/09/transmedia-202-reflexiones-adicionales.html>
- Kvale, Steinar. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- La Peste (2018). Web oficial de La Peste. Recuperado de <https://lapeste.movistarplus.es/>

- Martín Serrano, Manuel (2004) Tercera edición. La producción social de la comunicación. Madrid. Alianza Editorial.
- Mateos Rusillo, Santos (2012). Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales. Gijón: Ediciones Trea.
- Mora Fernández, Jorge. 2009. La Interfaz Hipermedia: El Paradigma de la Comunicación Interactiva. Modelos para Implementar la Inmersión Juvenil en Multimedia Interactivos Culturales. (Videojuegos, Cine, Realidad Aumentada, Museos y Webs) Madrid: Ediciones Autor.
- Moreno, Isidro. 2002. Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia. Barcelona: Paidós.
- Murray, Janeth. 1999. Hamlet en la Holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio. Barcelona: Paidós.
- Olivares J. y Olivares., P. (2015-2020). El Ministerio del Tiempo. España: Onza Partners, Cliffhanger y TVE.
- Pajares Tosca, Susana. (2004). Literatura digital: el paradigma hipertextual. Universidad de Extremadura: Servicio de Publicaciones.
- Paz, André. 2017. Documentário interactivo e estratégia de impacto social en Revista Digital de Cinema Documentário diciembre 2017. Edición Especial. DOI: 10.20287/doc.esp17.dt04
- Ryan, Marie-Laure. 2004. La narración como realidad virtual. Barcelona: Paidós.
- Sánchez González, María; Sánchez Gonzales, Hada M. (2020): "La experiencia de los usuarios en torno a webdocs, documentales interactivos y orientados a la participación ciudadana. El caso de Las SinSombbrero". Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26(1), 229-338.
- Subires Mancera, M. P. (2018): "Innovación y narrativa transmedia en el documental televisivo para la divulgación del patrimonio cultural: el caso de la serie Ingeniería Romana". En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, vol. 5, número 9, pp. 25-32.
- Vázquez-Herrero, Jorge y Moreno, Gisela. 2017. Documental interactivo iberoamericano: proximidad y transformación social en Revista Digital de Cinema Documentário diciembre 2017. Edición Especial. DOI: 10.20287/doc.esp17.dt05
- Vázquez-Herrero, J. y López-García, X. (2017). «El documental interactivo como formato en los medios audiovisuales: estudio de caso de RTVE y Al Jazeera». Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 57, 47-61. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3100>
- Unesco, 2020, <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>. Consultado el 20 de octubre de 2020.

TEDx Historias del pasado, experiencias del presente. Alvaro Liuzzi. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=a4h6M7qYwfY>

Taylor, S.J. y Bogdan R (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación.
Barcelona: Paidós.

Anexos

A continuación, se establecen las respuestas de cada entrevistado en orden de planteamiento de las preguntas.

1. La narrativa audiovisual de ficción, ¿en qué momento puede enseñar o ser pedagógica para la comprensión de una etapa histórica?

Respuesta Alex Schlenker

La narrativa audiovisual de ficción, en primera línea, dependerá su uso o inserción pedagógica del entorno educativo. He visto muchas experiencias en que las películas, ni siquiera muy históricas, sirven para detonar una experiencia pedagógica como la llama la teoría educativa; es decir, un docente que encuentra una película que le sirve para hablar de determinados contextos históricos, esto en temas generales. De manera más específica, es central que la ficción conociera y respetara determinados hechos históricos para ponerlos en contexto y sobre todo para destacarlos, y que alguien diga “a eso sucedió, no lo sabía”. Por ejemplo: estrenaron un largometraje que muchas personas llevamos años esperando porque retoma la torcida vida de las apuestas al interior de los campos de concentración nazi en los cuales surgieron ligas de boxeo, sobre todo en Polonia hubo muchos boxeadores y entonces varios oficiales de alto rango del Nacional Socialismo organizaron al interior de Auschwitz una liga de boxeo; ese episodio que supera lo anecdótico tiene unos elementos históricos interesantes, detonadores de muchos debates, entonces que se exigiría o pediría a una película como ésta es que tenga una cierta precisión histórica, esos testimonios son conocidos desde los años cincuentas, pero no tenían el tratamiento necesario para pasar una historia en esta caso en un cine relativamente amplio. Es importante que se relacione con los hechos históricos, con los elementos fácticos, los ponga en un contexto y que genere ante los hechos históricos en los personajes -portadores del relato y la narración- dudas. El guionista no debe cambiar los hechos históricos, pero debe poner algún personaje a dudar ante estos hechos. Si participa o no, por ejemplo, si lo va a contar o no lo va a contar; y entonces al crear esta subjetividad, vinculada al hecho histórico, estarías en un momento en el que se abre un debate y eso es poderoso para el aula.

Respuesta Alejandro Ángel

En cualquier momento la narrativa audiovisual puede enseñar y ser pedagógica para la comprensión de una etapa histórica. Estamos en una época en la que la narrativa de no ficción y ficción son muy útiles desde el concepto de la gamificación o desde el uso de estas narrativas para generar procesos formativos dado que los espectadores de cualquier tipo de rango etario que quieren aprender algo cada vez quieren acudir a espacios que sean de mayor entretenimiento, espacios que no sean absolutamente formales o que sientan que están yendo a una clase o un curso, sino que están recibiendo una formación que puede ser inclusive fidedigna, pero que acude a narrativas o estructuras dramáticas de la ficción. Por ejemplo, el video clip de “Velaske, yo soi guapa?” o toda esa serie de David, Miguel Ángel, la Mona Lisa o Colón que es una serie de Fire de Playground que, con una estética muy kitsch, muy recortada, muy de remix, muy fragmentada, logra reflejar lo que fueron esos hechos históricos de una manera muy fiel, pero jugando con una estética, una estructura narrativa y una participación de conceptos musicales como el trap o el reggaetón generando una lógica distinta del acercamiento por parte del espectador.

Respuesta Javier Olivares

La narrativa audiovisual debe, ante todo, entretener. Si el espectador no se emociona, se divierte... lo que has hecho es una mala serie, sea del género que sea. Lo que sí es esencial es que cuando hables de algo histórico lo hagas con rigor y bien documentado. Si consigues lo primero y haces lo segundo, la serie coge vuelo y puede enseñar o ser pedagógica. Si no, no vale de nada. Pero, como guionista, puedo (y debo) tener una ética narrativa y documental. Pero nunca escribir pensando que voy a enseñar a nadie.

Respuesta Álvaro Liuzzi

No estoy especializado en lo que es narrativa audiovisual de ficción, prefiero no responder sobre algo que no tengo un conocimiento acabado.

Respuesta Carlos Obando

La narrativa audiovisual de ficción puede enseñar o ser pedagógica para comprender la historia si es que está construida respetando los hechos históricos, los momentos históricos. Hay que tener en cuenta que la ficción tiene sus licencias para reconstruir esos hechos, sus licencias para ficcionalizar algunos momentos, trabajar con algunos personajes para profundizar sobre esos personajes, pero la clave está en que respete los hechos. Existen muchos relatos de ficción que han trabajado la historia y que la trabajan con cierta pulcritud, podemos encontrar recreación de hechos históricos que tienen que ver, por ejemplo, con reinos europeos como la estupenda serie *The Crown* que está en Netflix en la que se recrea la historia de los reyes en Inglaterra, hay muchas historias que cuentan el nazismo desde el ascenso de Hitler al poder que son importantes para la construcción y el reconocimiento de esas historias. Incluso en algunas series de ficción la historia está mejor contada que en muchos casos de relatos de no ficción. Por lo tanto, es importante porque la ficción brinda la posibilidad de profundizar en los personajes, en los matices de los personajes, diálogos, secuencias y escenas, y a partir de las licencias que tiene la ficción puede recrear, reconstruir y comprender una etapa histórica que pueda convertirse en un elemento clave para enseñar y hacer pedagogía.

2. ¿De qué manera el escritor y/o creador de una serie se implica en la creación de los demás productos, como la web, los podcasts y demás formatos transmedia?

Respuesta Alex Schlenker

Por lo general, un producto audiovisual en los últimos años está empezando el giro transmedia, a penas. Se creaba un primer producto que era la película, y empezaba a marchar o ser parte de otros productos sin haberse pensado en el formato. Hay películas que se hacen con la finalidad de estar en las salas de cine, pero luego son proyectadas en streaming y eso no necesariamente funciona al cien por ciento porque el lenguaje de la pantalla es distinto, mucha gente nos está a ver contenidos transmedia en pantallas pequeñas en las que hay que priorizar el audio, la fotografía no se va a percibir que una pantalla grande, y entonces se piensa -es una discusión muy contemporánea y actual- que se debería definir claramente la audiencia y ese es un problema enorme, sobre todo en América Latina donde no tenemos una clara idea de nuestras audiencias. No es muy claro

quién va a ver nuestros productos. Hacen falta curadores, editores, productores transmedia que guíen el proceso de la producción y dividan los productos en la película, tres episodios documentales, otro producto será un podcast, etc. Hace falta que entren unas voces que conozcan la especificidad del medio. Creo que aún hay muchos productores/gestores que están familiarizados a profundidad con la especificidad de cada soporte, creen que cualquier película puede estar en streaming y que cualquier compilado de audio puede ser un podcast, etc.

Respuesta Alejandro Ángel

La respuesta para esta pregunta tiene mucho que ver con dinámicas “administrativas y de esquemas de producción”, pero mi recomendación para un proyecto puntal sería que el escritor/creador de la serie se implicara, por su puesto, en la creación de todos productos ya sea de manera directa e indirecta. Por ejemplo, los creadores de El Ministerio del Tiempo, producción emblemática para usar narrativa audiovisual para contar hechos históricos, si no están conectados directamente con estas expansiones narrativas puede ser que no sean orgánicas, no sean coherentes con el resto de la historia. Es importante que este creador o escritor, más allá de las dinámicas administrativas, tenga inherencia -toma de acción y decisión- en las expansiones narrativas del proyecto sobre todo para permitir que estas expansiones, además de orgánicas, sean expansiones que dialogan, que se interconectan entre sí y permiten que realmente sean expansiones narrativas y no que terminen siendo una duplicidad de contenidos, que el mismo contenido que sale en la serie salga en estas expansiones. Es importante que este creador o showrunner tenga una inherencia en este tipo de esquemas, obviamente dependiendo de tiempos, recursos, etc. probablemente aparecerán escritores que hagan el contenido del podcast, la web serie, contenido tipo youtuber, pero con la guía, con la pauta o con el acompañamiento del proceso por parte del showrunner.

Respuesta Javier Olivares

En mi caso, como showrunner, en el control del producto, como lo hago cuando elijo directores, el equipo de producción, actores... Suelo elegir el jefe por área y él ya se encarga de todo y elige su propio equipo. Pero, en el inicio de cada idea, o participo o soy informado. Lo esencial es elegir a los mejores: director, director de producción, de arte...

y productor transmedia (en este caso, Pablo Lara Toledo). Gente que sepa más que tú en cada departamento. Ellos crean también la serie, la desarrollan y ponen toda su capacidad creativa. La suma de ellas es lo que hace que una serie sea buena. Pero en cada decisión que se me plantea, en cada idea, al principio, en la edición o si hay que corregir algo (si hace falta) y en la ejecución, mi obligación es dar el ok final. Pero, te lo aseguro, en El Ministerio del Tiempo, todo fluye y se hace fácil, porque el equipo, en cada uno de sus departamentos, es excelente.

Respuesta Álvaro Liuzzi

Acá no hay ningún canon ni recetas generales para este tipo de productos. Lo que es verdad, es que hay una incipiente tendencia de los que son los puestos como el de *transmedia producer* o productor transmedia tanto en formatos de productos de ficción como periodísticos u organizaciones donde la comunicación tiene un rol fundamental que se encargan de coordinar lo que son las estrategias de distribución de contenido en plataformas y que eso lo vamos a empezar a ver cada vez más. En particular, en mi caso personal al desarrollar productos periodísticos de no ficción cuando más conocimiento se tenga de las plataformas y de la creación de contenidos en función de esas plataformas y de las historias es más interesante el proceso creativo. Es mucho más cabal el producto final en función de historia, las plataformas y las estrategias de la participación de la audiencia cuando el productor transmedia o el equipo transmedia se hacen cargo de todas esas plataformas y trabajan interconectados, ahí está la clave de todo esto.

Respuesta Carlos Obando

Es novedoso que el escritor, el creador se implique en la creación de otros productos que no sean estrictamente audiovisuales. Normalmente el guionista y los creadores, los realizadores o directores de cine o de series de televisión están muy enfocados y dedicados a ese producto, únicamente a ese producto. Es relativamente nuevo la figura del productor transmedia o del showrunner es una figura interesante que funciona muy bien en estas plataformas streaming en las que el showrunner tiene competencias y habilidades para manejar una historia y todos los hilos de esa historia en todas sus fases desde la creación y la escritura de los guiones hasta producción y la postproducción, la distribución e incluso la comercialización. Estas dos figuras han emergido en los últimos

años con todo esto que conocemos como estrategias transmedia en la cual se cuenta la historia o se continúa contando la historia más allá del producto matriz o el producto audiovisual. Hay una serie de formatos que con este modelo de estrategias transmedia el showrunner o el productor transmedia se implican en la construcción de todos esos formatos y de todos esos productos que amplían el universo narrativo de la serie o de la película que se quiera contar.

3. Al trabajar con personajes históricos, que son patrimonio del imaginario nacional y hasta mundial, ¿de qué manera se logra conectar con los usuarios o audiencias actuales?

Respuesta Alex Schlenker

Trabajar con personajes históricos es una cuestión bien compleja por un hecho muy simple y es que el personaje histórico es un personaje trascendente. En la filosofía se distingue mucho entre trascendencia y permanencia. Hacer una película sobre Simón Bolívar es muy complicado, porque el Bolívar mítico, el Bolívar del gran relato de la independencia supera ampliamente al Simón Bolívar de carne y hueso. Hay un porcentaje en la audiencia a la que no le gusta que los personajes históricos se vuelvan humanos, se vuelvan terrenales, se vuelvan cotidianos y mundanos. Un caso que seguí en varios momentos de los últimos treinta años, son distintos momentos en los que muchos directores intentan convertir a Jesucristo en un personaje de a pie, en un personaje real, en un personaje de carne y hueso, pero hay gente que se incomoda y que dice “esto es Jesucristo, cuidado con la representación que haces”. Scorsese hizo el intento con una película sobre Jesucristo y lo que no le gustó al público es que era un Jesucristo, repito, de carne y hueso con una tentación de la carne, enamorado de María Magdalena, etc. y una parte de la audiencia no lo perdonó porque se les caía una imagen trascendental, una imagen mítica, una imagen absolutamente sagrada. Es complejo y eso hace que no todos los usuarios o consumidores se identifiquen con esa figura. Lo que suelo contar en mis talleres de guion es decirles: ¿qué pasa si dejamos intacto el mito del personaje y lo que hacemos es crear un observador o un testigo? Podemos contar la historia de Simón Bolívar o podemos dejar a Bolívar más o menos presentado o insinuado, pero empezar a ver cómo sería el Simón Bolívar en los ojos de su secretario, en los ojos de un soldado que lo acompañó en una cabalgata, etc., y empezamos a crear unos personajes que son más

fáciles de manejar. Hace unos años, recuerdo una tremenda discusión por una versión que hubo en una película de Manuela Sáez y a la salida de la función había un grupo de personas con afinidad hispanista y la discusión era que la actriz mexicana no hablaba como Manuela Sáez lo hacía, y entonces uno de estos puristas estaba indignado porque él decía que Manuela Sáez había tenido una profunda y exquisita educación hispanista “ella seseaba como una auténtica española”. Eso hacía que la audiencia que tenía una idea del personaje mítico preexiste en un imaginario y al tratar de presentarlo nuevamente el paradigma realista va a decirle al espectador “miren ella era” y el espectador va a decir “no, yo tengo otra imagen y no me muevan mi imagen”. Las estructuras mentales son absolutamente férreas.

Respuesta Alejandro Ángel

Una manera interesante en la que se podría generar conexión con los usuarios o audiencias actuales, que tienen otras lógicas de consumo, tienen que ver con romper con los esquemas o estereotipos de cómo se compartía la narrativa de los personajes históricos, apelar no solo a la fragmentación audiovisual sino en otras plataformas para otros escenarios. Por ejemplo, todo lo que ha hecho Álvaro Luizzi en base a historytelling como Malvinas 30 y Proyecto Walsh que, en cierta medida, Luizzi y su equipo rompieron el estereotipo de contar la historia y generaron esa aproximación de narrar el pasado en el presente o el pasado con herramientas del presente con cuentas en redes sociales y lograron una implicación interesante por parte del público. En Colombia hay un proyecto muy interesante que se llama Medellín Steampunk de la oficina de patrimonio en 2015 y 2016 en el que hicieron vestir o disfrazar a una serie de estatuas próceres de la patria en varios puntos de la ciudad que fueron caracterizados con una estética steampunk y lograron llamar la atención y que la gente volteara a ver a estos personajes y quisieran saber quiénes eran, incluyeron recorridos en bicicleta con guías e incluso las cuentas en Twitter en la que estos personajes del pasado hablaban desde el presente. El romper ese tipo de dinámicas permite fortalecer, en cierta medida, la manera en como el espectador se conecta y difunde ese contenido porque conecta desde un punto de vista más emotivo que informativo. Una de las esencias de la actualidad es pensar nuestros contenidos para apelar a las narrativas de la evocación, de la emoción más que de la información.

Respuesta Javier Olivares

Mostrándoles como seres humanos, con sus virtudes, sus defectos, sus debilidades... Dando información y no siendo tendencioso ni para bien ni para mal. La clave de toda narración audiovisual (y en una serie, como en el teatro, más) son sus personajes. Hay que mimarlos, buscar sus razones, sus deseos... Para que el actor tenga un buen material con el que trabajar y lucirse. porque al final son los actores y las actrices los que los encarnan y los hacen llegar al público.

Respuesta Álvaro Liuzzi

Aquí hay algo que es muy interesante que lo he vivido por mis proyectos transmedia de corte histórico. Hacía un juego de palabras con transmedia historytelling donde la historia se narra, no solamente en distintas plataformas, sino que también en tiempo real como si estuviese sucediendo la historia en estos momentos y aquí lo que si es verdad es que hay paso que ya tenemos saldado cuando son, por ejemplo, proyectos de ficción que son personajes nuevos que hay que presentar de alguna forma a la audiencia, y en este caso al ser personajes históricos ya tenemos una etapa saldada que es que la audiencia ya conoce a esos personajes, ya tiene una relación “histórica”, lo ha leído en libros, los ha visto en documentales, escuchado en podcast, en series, entonces para bien o para mal ya hay una relación de conocimiento con esos personajes y lo que sería conectar con las audiencias actuales ya es un paso que tenemos ganado. Ahora también es un desafío porque al partir de un conocimiento por parte de la audiencia de estos personajes tenemos que crear estrategias de participación y distribución de esos contenidos y un gran desafío es cómo lo hacemos, porque esto puede ser un pro, pero también puede ser una contra según como lo trabajemos. Es interesante ver qué beneficios y qué contras podemos tener en este tipo de productos.

Respuesta Carlos Obando

Hay muchos ejemplos en el cine y en las series televisivas de personajes que corresponden al imaginario popular y nacional o internacional, pero en países de América Latina con una figura como simón Bolívar y de quien se han hecho algunas series exitosas e interesantes, esos personajes históricos que son patrimonio de ese imaginario nacional se conectan con los usuarios y las audiencias actuales dependiendo de muchos factores

como la calidad del guion, la construcción de los personajes en el contexto histórico en el que les tocó vivir, de la manera y de la forma como esos personajes hablan, como se visten y como se mueven, y por supuesto de la credibilidad que logre transmitir ese actor encarnando un personaje determinado. Los usuarios y las audiencias se conectan en algunos casos y en otros no, dependiendo de todas estas variables mencionadas.

4. ¿Qué potencialidad considera usted que las narrativas actuales, digitales, webdoc y transmedia tienen hoy en día para comunicar sobre temas patrimoniales o históricos?

Respuesta Alex Schlenker

En general, las distintas plataformas, las narrativas digitales, los en webdocs, todas las posibilidades transmediales son de una enorme potencia porque permiten movilizar los contenidos, permiten atrapar la atención y permiten la navegación entre distintas materialidades: puedo entrar a un archivo, ver un impreso, un documento antiguo, una foto, un podcast para escuchar una entrevista; por ejemplo, Radio Ambulante que es un podcast en forma de programas radiales documentales, pero también lo puedo conectar con otros contenidos. Esta conectividad abre un montón de posibilidades que son de enorme potencia de manera general, al igual que a nivel histórico y patrimonial a través de narrativas dinámicas, con personajes, guiones que hace que la gente se entere de una problemática y participe.

Respuesta Alejandro Ángel

En cierta medida, las narrativas actuales ya no son solo las únicas alternativas. Se deben encontrar otros escenarios que permitan englobar un más a todo lo que está ocurriendo hoy a la hora de comunicar sobre todo tipo de temas. La cuenta @banrepcultural en Instagram cuenta todo el proceso del Bicentenario del Colombia y lo hace con stories mediante gif, memes de personajes de la actualidad para hablar de la historia, lo mezclan con cuadros o pinturas del acervo que tiene la República, pero con una narrativa súper poderosa y llamativa que ha conectado muchísimo con la gente. Este proyecto, en particular, no podría denominarse transmedia porque no tiene otras plataformas o no expande su relato, pero en ese único relato o metarelato que crean es

súper poderoso. Como primera medida hay que quitarle un poco de hierro a este concepto de narrativas digitales transmedia porque, en gran medida, hoy casi todo es transmedia y cuando todo es transmedia nada lo es. Hoy en día es muy raro el contenido que no tiene varias expansiones, pero incluso el que no tiene expansiones puede ser entendido como un contenido digital robusto y fuerte sin necesidad de esas expansiones. La potencialidad es enorme porque los narradores se han visto obligados a crear nuevas formas de narrar sus contenidos por la horda de espectadores que están consumiendo en la actualidad, formas más llamativas que conecten de una manera más potente, formas que hablen a la audiencia en el mismo idioma, etc. Por ejemplo, el proyecto @eva.stories en Instagram que acude a algo que la narrativa clásica y tradicional es muy común que es el “what if”, qué tal si una chica del holocausto hubiera tenido Instagram y hace un recorrido a través de las stories con una puesta en escena de ficción que permite, en cierta medida, remarcar el proceso de esta chica que en el holocausto “tenía Instagram”. Hay muchas posibilidades, los espectadores están cada vez más abiertos a experimentaciones, a búsquedas más experimentales y eso permite que como creadores estamos ante una época de muchas oportunidades.

Respuesta Javier Olivares

Mucha. No digo que absoluta porque quiero creer que hay una audiencia que ya tiene un conocimiento cultural. Para el que no conoce quién es Lope de Vega, por ejemplo, las narrativas actuales deben seducir para que luego cada espectador busque e investigue por su cuenta y cierre el círculo. En El Ministerio del Tiempo, como antes en Isabel, ha habido una colaboración increíble de historiadores, gente con conocimiento que ayudaban en redes a dar más datos. Y en El Ministerio hemos contado con la compañía en redes en cada emisión de la Biblioteca Nacional. Hablábamos con tiempo, les pasaba los guiones y cuando se empezaba a emitir cada capítulo, ya tenían toda la documentación visual de sus archivos al servicio de los tuiteros. Ha sido un honor que una institución de esa categoría nos acompañara. También, más puntualmente, el Museo Romántico, el Museo del Prado, Patrimonio Nacional.

Respuesta Álvaro Liuzzi

Lo que es la variedad y calidad de plataformas, sobre todo con diferentes lenguajes, es un universo de plataformas y de lenguajes que vienen muy bien y que son muy interesantes para trabajar con temas patrimoniales e históricos, y abren el juego para los que son productores que quizá antes estaban asociados o encapsulados en diferentes tipos de productos ya sean documentales audiovisuales, series de ficción audiovisuales o formatos textuales como libros o historietas y hoy la variedad de plataforma, de contenidos, de distribución de cápsulas informativas o capítulos, es esa conexión con la audiencia lo que hace más rico el momento de la producción y diseño de esos contenidos, y creo que es un momento muy interesante para trabajarlos.

Respuesta Carlos Obando

Uno de los formatos que pueden lograr profundizar en las historias o relatos patrimoniales e históricos son lo que aparecieron con el ecosistema digital, con la web y los dispositivos digitales que tenemos a mano. Uno de esos formatos es el webdoc interactivo o el webdoc digital o el webdoc transmedia que son tres cosas diferentes, este tipo de formatos permite la profundización de los personajes, la expansión de los universos narrativos, la amplitud de diferentes variables de los personajes para que logren ser convincentes y creíbles, y se potencia muchísimo con la aparición de estos formatos digitales. Estos temas tienen muchas aristas, por ejemplo, un tema histórico patrimonial puede contarse desde el punto de vista del contexto histórico en el que eso ocurre, también puede contarse desde el punto de vista del personaje o de los personajes que actuaron en ese contexto histórico y en ese hecho que se quiere narrar, o también se puede contar desde los lugares, los territorios, de las geografías donde se dieron esos hechos o acontecimientos, y esos tres elementos (lugar, temas y personajes) son claves importantes para expandir los universos narrativos o para profundizar sobre los contenidos, los relatos, las historias y sobre el tema puramente patrimonial de un contenido determinado.

5. En relación con la pregunta anterior, ¿de qué manera un formato narrativo tiene que ser encasillado como ficción o no ficción para poder comunicar sobre lo patrimonial o histórico?

Respuesta Alex Schlenker

Me separe de la dicotomía de la ficción y no ficción. La línea fronteriza es muy delgada. Hay ficciones de base documental, ficciones que parten de ejercicios documentales en la literatura, en el cine y en otros espacios, y hay documentales que utilizan la puesta en escena como herramienta o la licencia ficcional. Son tratamientos que permiten, por ejemplo, que personajes reales participen de ficciones o que se haga una documentación con un personaje ficticio, pero la documentación y el tratamiento documental es real y permite varias posibilidades.

Respuesta Alejandro Ángel

De manera general, estamos en una época en la que las fronteras entre la ficción y la no ficción hace mucho tiempo se han ido difuminando cada vez más y más, lo cual como documentalista me encanta porque en cierta medida he aprendido que tenemos muchas más posibilidades de jugar con el hecho histórico real no ficticio, pero la representación, las plataformas a las que se acude, narrativa, los personajes son ficción. En la actualidad es muy difícil que algo se abstraiga de la realidad porque todo surge de ella. Más que pensar que haya la obligatoriedad que un proyecto tenga que anclarse en qué es ficción y qué no es ficción para ganar cierta autoridad, estamos en una época en la que el espectador ve una historia y absorbe de ella lo que puede sin importarle si es grabado en 4k o en 2K, si es transmedia, crossmedia o webdoc, para el espectador los formatos y las fronteras narrativas son totalmente invisibles, el espectador lo que quiere es que le cuenten buenas historias y si les contamos una buena historia el espectador absorberá toda la información que hay en ella sin importarle el formato.

Respuesta Javier Olivares

En el género. Si haces un documental o una ficción es distinto, del mismo modo que no es lo mismo una serie histórica que una serie de época (con personajes imaginados). Hablo a nivel narrativo. Luego, el complemento transmedia sí da una aportación documental añadida. Pero un guion tiene sus reglas, marca el género y el estilo de lo que es: ficción.

Respuesta Álvaro Liuzzi

Tampoco hay recetas o un canon establecido. Podemos hablar de ficción o no ficción para comunicar proyectos, procesos patrimoniales o históricos depende el corte que le de el creador o el equipo creador de ese contenido. En mi caso particular, hablo con conocimiento de causa a proyectos de no ficción de corte histórico, pero que estaban basados en personajes que habían existido en la realidad y con una lógica narrativa de la no ficción latinoamericana e influenciado por ese tipo de autores como García Márquez y Rodolfo Wolf por haber sido uno de los pilares fundamentales de mis proyectos. Creo que Latinoamérica tiene una cuna muy interesante de proyectos y de narrativas de no ficción que pueden ayudar mucho a identificar, a encontrar y a compartir lo que son procesos históricos de nuestro continente con audiencias jóvenes.

Respuesta Carlos Obando

Hoy los géneros están hibridando, las fronteras entre lo que era ficción y lo que no es ficción cada vez son más difusas y justamente en este universo narrativo hay muchos elementos de ficción o quizá podamos decir que el hecho histórico que se quiera narrar es real, es decir, ocurrió y es cierto, pero hay elementos de ficción que se construyen dentro de las tramas, personajes y la historia, si se está haciendo ficción hay licencias para hacer eso. Si no se está haciendo ficción, sino que el formato es no ficción, debe haber un absoluto respeto al hecho histórico que se quiere narrar. Sin embargo, incluso en la no ficción hay formas de representación, hay ficcionalización de situaciones y de hechos, más cuando se está contando un hecho histórico que ya no podemos grabarlo, capturarlo y captarlo en el momento actual, porque es un momento histórico que a lo mejor el lugar y el sitio habrá que recrearlo, por ejemplo, la escenografía, el vestuario y los personajes, los modos y los modismos de la forma del habla deben recrearse o ficcionalizarse, pero eso no amerita ni le quita su calidad o capacidad de construcción de relato de no ficción. A veces es difícil y difusa la frontera entre una cosa y la otra, pero es diferente cuando tomo un hecho histórico o un tema patrimonial y decido trabajar bajo el formato de no ficción, bajo el formato documental en el cual debe haber un respeto un hace hecho, acontecimiento y situación. En cambio, cuando se decide usar el hecho histórico, pero lo trabajo con el formato de ficción hay licencias para construir esa historia y que esas licencias se encuentran en cualquier ámbito del relato. Por lo tanto, las dos cosas son válidas porque se puede construir una serie de ficción basada en hechos reales, siendo fiel a esos hechos reales, pero usando las licencias que me da la ficción, o puedo utilizar ese

hecho histórico para construir un relato de no ficción respetando en toda su integridad el hecho histórico.

6. Puede considerarse de alguna manera que sus producciones sean consideradas como un material de aprendizaje sobre historia. Sí. No. ¿Por qué?

Respuesta Alex Schlenker

Cada uno de mis proyectos documentales es distinto y toca aspectos muy precisos de un hecho de la realidad. Por un lado, en primera línea, siempre tengo un enfoque distinto de cómo voy a tratar en el documental la historia que voy a contar. No hay un estilo, no hay una repetición. En segunda línea no necesariamente he participado de experiencias pedagógicas que se han hecho a partir de documentales propias. Hice varios proyectos documentales en el 2018 en Alemania sobre la vida de un instituto filosófico y ese material sirve para que estudiantes de la misma facultad y de otras facultades de estudios sociales, estudios latinoamericanos, estudios globales, etnografía se relacionen con el documental. El documental reconstruía los procesos históricos y los debates, pero actualmente en algunos casos funciona. Actualmente, tengo varios documentales etnográficos que operan más en aulas en la que se discute la etnomusicología o la etnografía musical. Tengo un documental sobre testimonios orales que en ciertos espacio y entornos educativos han servido para determinadas discusiones. Depende más bien del educador el cómo usa estas producciones en el aula. Uno de los problemas con el tema del material de aprendizaje sobre historia es a qué nivel hablamos: primario, secundario, universitario. La educación escolar se ha vuelto relativamente rígida, pues permite a los docentes cada vez menos flexibilidad. Muchos docentes están tratando de cumplir con su programa que a veces se interrumpe porque hay irregularidades, porque hay pandemia, una marcha, un paro, una huelga, porque el maestro se enfermó. La gran mayoría de maestros cuando converso con ellos me dice “es difícil cumplir con un plan porque no tenemos la cantidad de horas que tiene matemáticas, porque a los alumnos no les gusta la historia, porque siempre la historia es estado-nación, hay muy poca historia cultural, pero la historia tiende a ser surgimiento de los estados, la historia de la revolución, etcétera, y no todo el mundo se engancha con los temas. Pero el material documental debería ir acompañado con un manual que permitiera usar este recurso. Trabajo mucho con documentales institucionales con los que se pude trabajar con financiamiento y toman un

tema específico, importante para la institución o para un debate, que en realidad no interesan a un grupo en general, pero que, en diferentes talleres, en centros de capacitación o en ciertos lugares donde están las audiencias implicadas, este término lo uso mucho con mis estudiantes y colegas. La audiencia implicada es una audiencia que tiene de antemano una relación con el relato audiovisual que va a ver. Cuando presenté el documental en Alemania sobre la historia del instituto de filosofía llené una sala de cine, no porque la película sea súper interesante sino porque eran profesores jubilados que conocieron esa época, estudiantes actuales y profesores contemporáneos que decían “se está contando la historia del instituto”. Había entrado durante todo un año, en el marco de mi tesis posdoctoral, a los archivos y encontré los documentos del instituto. La gente fue a la función porque era su instituto. La película está online y tiene poca audiencia porque poca gente entra a verla, porque si no conociste a los profesores y sus discusiones no son de tu interés personal no vas a ver el documental. Sugiero decirles a los estudiantes que busquen formas de financiamiento implicado para hacer documentales para audiencias implicadas. Si vamos a empezar a producir sobre ciertos temas y el tratamiento no aprovecha los recursos transmediales, probablemente haya poca audiencia. El futuro audiovisual es muy específico como lo es tal vez la poesía. Los poetas siguen escribiendo, pero saben que harán tirajes de quinientos libros, mil libros que serán leídos por otros poetas o aficionados a la poesía. En ese sentido, el futuro va a ser contenidos muy específicos. Todos los días consumo muchos contenidos audiovisuales en YouTube, en Vimeo y veo cosas que pocas personas han visto también. Por ejemplo, hay videos que han visto mil personas y lleva en Vimeo ocho años. Que mil personas hayan visto un video que lleva ahí ocho años una entrevista corta de 7 minutos nos da un indicador. También hay videos en YouTube que en dos días tiene 25 millones de reproducciones o una entrevista a Shakira en un día o en dos días tiene 30 millones de visitas. El futuro son las narrativas situadas, la narrativa implicada.

Respuesta Alejandro Ángel

Todos los proyectos que he hecho en los últimos quince años han tenido q ver de una forma u otra con material que en algún momento dado será material de aprendizaje para la historia porque he hecho documentales sobre migrantes, sobre el proceso sistemático de un grupo de indígenas, estoy terminando un proyecto sobre la comunidad transgénero en el barrio Santa Fe en Bogotá o un cortometraje de ficción, y proyecto

transmedia que estoy moviendo y se llama Chakero que habla sobre tradiciones del pueblo de San Basilio de Palenque en la que unos mensajeros llevaban mensajes de pueblo en pueblo, entonces viendo varios proyectos que he hecho todos tienen el mayor o menor medida una narrativa que deja un proceso en el presente, pero que en el futuro podría ser usado para educar, para recorrer hechos del pasado. Cualquier producción en la actualidad, sea de ficción o de no ficción, es una forma de memoria, es una forma de patrimonio, es una forma de dejar una narrativa de los que éramos en este momento. Existen proyectos de nuevos medios que en la pandemia empezaron a grabar desde la venta la cotidianidad de la gente y eso es memoria y patrimonio de un grupo de personas durante una época puntual en la que el mundo colapsó. Cada vez que hacemos un tipo de producción de contenidos de nuevos formatos estamos dejando una forma de memoria para nuestro presente, pero sobretodo para nuestro futuro.

Respuesta Javier Olivares

Mi hermano Pablo y yo no la creamos con esa intención. Pero el tiempo ha demostrado que sí. De hecho, se utiliza en colegios, institutos, universidades... como material didáctico... Aparece en libros de texto. Pero esto es la guinda del pastel. Cuando cocinamos el pastel nos preocupaba esencialmente entretener. ¿Por qué ha pasado? Porque la documentación ha sido muy exigente. Porque la recreación artística (equipos de arte, vestuario, maquillaje...) han hecho que los espectadores también viajaran por el tiempo... Y porque, al entretener, hemos llegado al público. Luego, muchas veces, éste ve los capítulos más veces para analizar la parte histórica, los detalles. Es una serie construida con muchas capas narrativas. Y la histórica es una de ellas. Y esencial. En este sentido, cuando viajamos a una época buscamos un concepto claro y personajes que lo representen. No andamos por las ramas ni divagamos. Necesitamos que sea potente para que cuando nuestros personajes lleguen a cada época (siendo ellos, cada uno de otra), se sorprendan, interactúen con ella... Y el público, a través de ellos, interactúa también.

Respuesta Álvaro Liuzzi

Yo creo que sí. No solo estoy respondiendo por mi experiencia, sino por experiencias y comentarios que me han llegado de consumidores y consumidoras que consumen esos contenidos y esos documentales transmedia. Un ejemplo en particular que

es como muy revelador y lustra muy bien esta respuesta en relación con el Proyecto Walsh nos escribió una maestra de escuela secundaria de Argentina y nos comentaba que mientras leían el libro “Operación Masacre” en sus clases, la profesora les recomendaba a sus alumnos seguir en Twitter el minuto a minuto y el relato en tiempo real de lo que estábamos haciendo con Rodolfo Walsh con su obra Operación Masacre. Lo mencionaba en muchas charlas y conferencias porque me parecía interesante, no como muchas veces se dice que lo digital remplazara al libro o a la obra canónica en sí, sino que funcionaban como un complemento. Los estudiantes leían el libro en clase, pero también tenían toda esta parte de historia viva en tiempo real y mucho más asociado a las plataformas que utilizan ellos mismos como espacios de comunicación y a lo que están mucho más acostumbrados a los entornos virtuales, y esa historia que ellos leían en un medio analógico estaba sucediendo en un formato vivo en las redes sociales y plataformas virtuales. Lo que nos decía la profesora que nos escribió es que les interesaba mucho esto, no que una cosa remplazara a la otra sino lo interesante de como había sido este remix entre medios analógicos y medios interactivos, y cómo la historia no solamente se leía de forma lineal, sino que también se leía de forma interactiva y esta interacción con la historia que podían llegar a tener sus alumnos se agradecía en las clases y la historia llegaba mucho más lejos de lo que podía llegar en el libro.

Respuesta Carlos Obando

Directo Bogotá es una plataforma convergente de periodismo que tiene también una plataforma que es Directo Transmedia que se dedica al diseño, creación y producción de narrativas transmedia. Directo Bogotá trabaja sobre los acontecimientos actuales en el ámbito periodístico de la no ficción. En el producto Directo Transmedia nos damos unas licencias y podemos recurrir a algunos hechos para recrearlos y para construirlos, incluso para transmedializarlos. Lo hemos hecho con algunas historias ficción y no ficción que fueron tratadas por algunos canales y productoras de televisión, y que posteriormente transmedializamos. Por lo tanto, no somos el mejor ejemplo para hablar de un material que utilice la historia como una estrategia de aprendizaje. Hemos hecho algunas cosas muy puntuales y no son la característica del proyecto Directo Bogotá.