



Universidad Nacional de Córdoba
Repositorio Digital Universitario

“Micromachismos: una experiencia transmedia. Proyecto de documental interactivo transmedia”

Natalia Comello – Sofía Gual

Cómo citar el artículo:

Comello, Natalia, Gual, Sofía. (2018). “Micromachismos: una experiencia transmedia. Proyecto de documental interactivo transmedia. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba (inérita). Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/6830>

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional



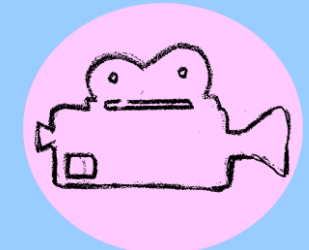
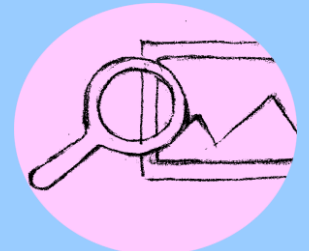
MICROMACHISMOS: UNA EXPERIENCIA TRANSMEDIA

Trabajo final de grado de la Licenciatura en Comunicación Social.
Facultad de Ciencias de la Comunicación.
Universidad Nacional de Córdoba.

NATALIA COMELLO - SOFÍA GUAL

Director: Mauro Beccaria
Codirectora: Anahí Lovato

PROYECTO DE
DOCUMENTAL INTERACTIVO
TRANSMEDIA





FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MICROMACHISMOS: UNA EXPERIENCIA TRANSMEDIA

Proyecto de documental interactivo transmedia

Autoras:

Natalia Magalí Comello

Matrícula: 2005363179

Sofía Viviana Gual

Matrícula: 35579767

Director: Lic. Mauro Beccaria

Co-directora: Lic. Anahí Lovato

Marzo de 2018

*A las mujeres,
las que se fueron, las que estamos y las que vendrán.*

*A nuestras madres,
por sus fortalezas y sus fragilidades.*

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo final no habría sido posible sin el acompañamiento de las personas que de distintas formas creyeron en lo que estábamos haciendo.

A Anahí, por encontrar el tiempo y por la generosidad de compartirnos algo de su enorme experiencia.

A Mauro, por insistir en que nuestro proyecto era más que un trabajo para recibir el título.

A Lucía, por demostrar que la maternidad no impide seguir trabajando con pasión ni, menos todavía, ayudar a las compañeras que lo necesitan.

A Leti, Meli y Juli, por hacerse un tiempo para charlar con nosotras un feriado tan caluroso.

A Bahía, por compartirnos sus equipos fotográficos viajeros.

A quienes nos ayudaron a ser las comunicadoras que seremos.

A nuestras amistades, por hacernos sobrellevar los momentos más difíciles de este camino.

A nuestras familias, por entender.

Gracias.

ÍNDICE GENERAL

Abstract	10
Introducción	11
Objetivos	16
Fundamentación y metodología	17
PRIMERA PARTE: VIOLENCIA DE GÉNERO Y MICROMACHISMOS	19
<u>Capítulo 1. Violencia y microviolencias de género</u>	<u>20</u>
1.1. El machismo y la violencia de género	20
<i>1.1.1. Violencia de género y sociedades patriarcales</i>	<i>20</i>
<i>1.1.2. Violencia de género: la definición jurídica</i>	<i>23</i>
<i>1.1.3. Violencia de género extrema: el femicidio</i>	<i>25</i>
1.2. Violencia de género: tipología	25
<i>1.2.1. Tipología legal de violencia de género</i>	<i>28</i>
1.3. Panorama argentino: algunas estadísticas de violencia de género en Argentina	31
<i>1.3.1. Violencia obstétrica</i>	<i>32</i>
<i>1.3.2. Violencia sexual</i>	<i>33</i>
<i>1.3.3. Violencia laboral</i>	<i>34</i>
<i>1.3.4. Trabajo doméstico</i>	<i>35</i>
<i>1.3.5. Violencia de género y adolescencia</i>	<i>36</i>
<i>1.5.6. Violencia mediática</i>	<i>36</i>
1.4. Micromachismos	37
<i>1.4.1. Definición de micromachismos</i>	<i>37</i>
<i>1.4.2. Micromachismos: clasificación</i>	<i>38</i>

1.5. El concepto de microagresiones	42
1.6. Micromachismos y consecuencias	44
SEGUNDA PARTE: EL DOCUMENTAL INTERACTIVO TRANSMEDIA	45
<u>Capítulo 2: Evolución del género documental</u>	46
2.1. El género documental	46
2.2. El concepto de documental	46
2.3. Documental: categorías o modalidades de representación	48
2.4. Documental: no ficción y ficción	49
2.5. Recorrido histórico del documental	50
2.5.1. El inicio: 1890-1910	50
2.5.2. Cine documental: 1910 – 1930	51
<i>i) Cine-Ojo</i>	51
<i>ii) Cine antropológico</i>	52
2.5.3. Cine documental como género: 1930-1940	53
<i>i) Documental social</i>	53
<i>ii) Documental de propaganda</i>	53
<i>iii) La posguerra</i>	54
<i>iv) Documental y televisión</i>	54
2.5.4. Nuevo cine documental: 1960 – 1990	55
<i>i. Free cinema</i>	55
<i>ii. Cine directo</i>	56
<i>iii. Cinema Vérité</i>	56
2.5.5. Neodocumental y cine de no ficción: 1990-2000	56

2.5.6. Siglo XXI: nuevas narrativas -----	57
Capítulo 3. Evolución del medio digital -----	58
3.1. La evolución digital -----	58
3.1.1. El medio analógico y el medio digital -----	58
3.1.2. El salto digital: Internet -----	60
3.2. El medio digital en red -----	61
3.3. La red de redes -----	62
3.4. Evolución e implicancias de las tecnologías digitales -----	63
3.4.1. Años 70. El salto tecnológico del microprocesador -----	64
3.4.2. Años 80. Computadoras al alcance de todos -----	64
3.4.3. Años 90. Novedades en todos los frentes -----	65
i) La transformación de la PC en tecnología multimedia -----	65
ii) Servicios de Internet y transferencia -----	66
3.4.4. Años 2000 -----	67
i) Evoluciones -----	67
ii) La evolución de la telefonía móvil a la telefonía móvil inteligente -----	68
a. <u>Las aplicaciones móviles</u> -----	70
iii) Web 2.0 e interactividad -----	70
a. <u>La burbuja Punto Com</u> -----	70
b. <u>La web 2.0</u> -----	71
3.4.5. Años 2010. Las bases de la Internet de la experiencia: proezas y potencialidades de lo que está en desarrollo -----	75
i) Avance del Streaming -----	77
ii) Realidad aumentada -----	77
iii) Realidad Virtual -----	78

iv) <i>Telefonía Móvil 5G</i> -----	79
v) <i>Internet de las cosas (Internet of things, IoT)</i> -----	79
<u>Capítulo 4. El medio digital interactivo</u> -----	80
4.1. Lo digital interactivo -----	80
4.2. Los medios en el cambio del ecosistema mediático -----	80
4.2.1. <i>Los nuevos medios</i> -----	80
4.2.2. <i>Hipertexto e hipermedia</i> -----	81
4.2.3. <i>De las mediaciones a las hipermediaciones</i> -----	83
4.3. Concepto de interactividad -----	83
4.4. El mito de la interactividad en los nuevos medios -----	84
4.5. Interactividad y medios de comunicación -----	85
4.5.1. <i>Representación, navegación e interacción</i> -----	86
<u>Capítulo 5. El documental digital interactivo</u> -----	89
5.1. Un nuevo género -----	89
5.2. Diálogos teóricos que enmarcan el documental interactivo -----	90
5.2.1. <i>La sociedad de la información</i> -----	90
5.2.2. <i>La ecología de los medios</i> -----	92
5.2.3. <i>Los cambios en el ecosistema mediático</i> -----	93
5.2.4. <i>Nueva especie, nuevo panorama</i> -----	96
5.3. El documental interactivo -----	96
5.3.1 <i>La definición</i> -----	96
5.3.2. <i>Las características</i> -----	99
i) <i>Desde el punto de vista del autor</i> -----	99
ii) <i>Desde el punto de vista de la narración</i> -----	100

iii) <i>Desde el punto de vista del interactor</i> -----	101
Capítulo 6. Las narrativas transmedia -----	103
6.1. Nuevo escenario, nuevas narrativas -----	103
6.2. Contexto mediático -----	103
6.3. Conceptualización -----	104
6.3.1. <i>El triángulo transmedia</i> -----	105
6.3.2. <i>Las características de las narrativas transmedia</i> -----	107
6.4. Narrativas Transmedia y futuro -----	108
6.5. Creación de proyectos con narrativas transmedia -----	108
6.5.1. <i>La narrativa y sus componentes</i> -----	109
6.5.2. <i>Audiencias</i> -----	110
6.5.3. <i>Plataformas de proyectos transmedia</i> -----	111
TERCERA PARTE: EL PROYECTO. MICROMACHISMOS, UNA EXPERIENCIA TRANSMEDIA -----	114
Capítulo 7. La construcción del producto de comunicación <i>Micromachismos: una experiencia transmedia</i> -----	115
7.1 Proyectos transmedia: contexto y posibilidades de producción -----	115
7.1.1 <i>Panorama argentino</i> -----	115
i) <i>Universidad Nacional de Rosario</i> -----	116
a. <u>DCM Team</u> -----	116
b. <u>Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia</u> -----	117
ii) <i>Universidad Nacional de La Plata</i> -----	117
iii) <i>Universidad Nacional Tres de Febrero</i> -----	118
iv) <i>MEDIAMORFOSIS</i> -----	118

a. <u>La propuesta</u> -----	118
b. <u>Edición 2017</u> -----	119
v) <i>Programa Ibermedia</i> -----	119
a. <u>La propuesta</u> -----	119
b. <u>Ibermedia 2018</u> -----	120
vi) <i>INCAA Y Canal Encuentro</i> -----	120
vii) <i>Tribeca Film Festival</i> -----	121
7.2. Diseño de un proyecto transmedia -----	122
7.2.1. Modelos de construcción de un proyecto transmedia -----	122
7.2.2. La propuesta de Anahí Lovato -----	123
7.3. Plataformas que utilizamos y cómo funcionan -----	124
7.3.1. La web como puerta de participación y expansión de contenidos -----	124
7.3.2. Uso de redes y aplicaciones en Córdoba y Argentina -----	125
7.3.3. Aplicaciones y usos -----	126
i. <i>Quest</i> -----	126
ii. <i>Facebook</i> -----	126
iii. <i>Instagram</i> -----	126
iv. <i>Youtube</i> -----	126
v. <i>Wordpress</i> -----	127
7.4. Procesos para la realización del proyecto transmedia -----	127
7.4.1. Preproducción, producción y posproducción del proyecto -----	127
7.5. El potencial colaborativo del documental interactivo transmedia como herramienta de cambio social -----	130
Micromachismos: una experiencia transmedia. La carpeta -----	134
Bibliografía -----	170

ABSTRACT

El presente trabajo, realizado en el marco de nuestra tesis de grado, es un proyecto de documental interactivo transmedia que, partiendo de nuestro interés por la temática y en un contexto de violencia de género que nos interpela como mujeres y comunicadoras, aborda el tema de los micromachismos como formas de violencia naturalizadas hacia las mujeres.

Elegir narrar documentalmente el universo de la violencia de género utilizando narrativas transmedia implica desanclar al género documental tanto de sus tradicionales soportes —la pantalla del cine o del televisor— como de su característica estructura lineal y cerrada. Las narrativas transmedia otorgan al género documental una riqueza basada en la posibilidad de fragmentación de sus partes, la máxima explotación del uso de plataformas y las potenciales conexiones entre ellas, y la suma de un factor determinante: la participación de los usuarios en la construcción de la pieza documental en sí misma.

El presente trabajo aborda la violencia de género desde un punto de vista poco tratado: el de las microviolencias o micromachismos. La elección de integrar el abordaje documental con elementos de interactividad y narrativas transmedia atiende a la conveniencia de expandir ese universo temático y abrirlo a la participación: la idea de que cada persona realice su propia experiencia y se sume a compartir su punto de vista son ambas cuestiones que nos parecieron cruciales para no convertir al documental en una exposición solitaria del pensamiento de sus autoras, sino en un intercambio que invite a la reflexión alrededor de un tema complejo y actual que atraviesa a las mujeres.

Los resultados del abordaje al tema y al dispositivo se plasman en una propuesta concreta de producto de comunicación, *Micromachismos: una experiencia transmedia*, que presentamos desarrollada en una carpeta y que va acompañada de una muestra piloto del primer capítulo.

Palabras clave: Transmedia — Documental interactivo — Nuevas tecnologías — Comunicación — Violencia de género — Micromachismos

INTRODUCCIÓN

Interpeladas como mujeres y como comunicadoras, al iniciar el recorrido hacia la realización de nuestra tesis de grado, las autoras del presente trabajo asumimos la necesidad primaria de utilizar las herramientas que durante años incorporamos como estudiantes de comunicación para hablar de un tema crucial que nos estaba atravesando: la violencia de género. El tema, que sin dudas se está poniendo en discusión en distintos espacios desde hace algunos años, está abarrotado de discursos y contradiscursos muy arraigados. De este modo, al momento de comenzar nuestra tesis, encontramos que gran parte de los discursos se centraban especialmente en las formas de violencia de género explícitas. El acoso, la violencia física, el hostigamiento, el femicidio. Y mientras estaba claro que aquello existía y era importante y crucial, también nos encontramos como compañeras entendiendo que como mujeres habíamos pasado por muchísimas situaciones de violencia no explícitas que no se estaban poniendo en discusión. Diferencias salariales entre hombres y mujeres, deslegitimación de la voz de la mujer para hablar de “temas de hombres”, promoción de un consumo orientado a mujeres, expectativas y reglas según el sexo. ¿Cuál era el denominador común entre los actos más agresivos de violencia de género y aquellos más sutiles? ¿Qué ideas estaban contenidas tras las violencias de género? ¿Hasta qué punto un sistema y una cultura que pone en lugar desigual a las mujeres no estaba justificando, de algún modo, las violencias físicas que todos condenamos?

Así, pusimos a andar una serie de procesos: primero, el proceso de comprender algunas de esas nociones que nos atravesaban, comprender ese algo de lo que queríamos hablar; y luego, el proceso de pensar y estructurar un dispositivo que pueda viabilizar esas ideas para comunicarlas y ponerlas en discusión. Una vez que estuvo claro lo que queríamos contar, nuestro principal reto fue el de explorar las formas de narrar esa historia. Así puede verse en la estructura de este trabajo, en donde el acercamiento teórico nos ayudó a construir el producto que queríamos hacer.

De este modo, el presente trabajo final es un recorrido que parte de la elección de la temática de las microviolencias de género o micromachismos como eje y que se completa con la decisión de abordarla desde un producto de comunicación que sea en lo posible innovador, accesible y participativo. El resultado de la investigación, la reflexión y la escritura alrededor de la temática y el formato derivan al final en la construcción de una carpeta de proyecto de documental interactivo transmedia: *Micromachismos: una*

experiencia transmedia. La carpeta, que es el producto de comunicación resultante, expone los elementos narrativos y de producción de una historia de piezas interconectadas que tiene el objetivo de invitar a los usuarios a experimentar y dialogar alrededor de los micromachismos.

El proyecto *Micromachismos: una experiencia transmedia* está pensado como un documental interactivo transmedia cuya historia se desarrolla en tiempo real a lo largo de alrededor de cinco semanas desde distintos formatos y plataformas anclados en la web: un sitio web, un juego y redes sociales. Luego de esas semanas, las piezas quedan igualmente publicadas para cualquiera que quiera hacer el recorrido. Una historia une a todas las piezas: un personaje femenino ficticio que comienza a pedir a sus seguidores desde redes sociales que la ayuden a transitar una serie de situaciones cotidianas que no sabe cómo resolver (una entrevista de trabajo, una salida por la noche con sus amigas, un turno con el médico, un viaje con un novio). Como resultado, los usuarios son invitados a realizar un pequeño juego de rol en el que se ponen en el lugar de la protagonista ficticia, en una experiencia similar a la planteada por la famosa saga literaria *Elige tu propia aventura*. Enlazados a cada capítulo del juego, la experiencia se completa con la publicación de una serie de cortos documentales en los que mujeres reales cuentan sus propios recorridos en situaciones similares a las planteadas, problematizando así acerca de los micromachismos en contextos divergentes y de su extenso alcance a todas las mujeres, no importa la edad, la procedencia o la ocupación.

Aunque cada grupo de piezas de *Micromachismos: una experiencia transmedia* puede funcionar perfectamente sin la necesidad de conocer todas las demás (el usuario puede solo jugar el juego, ver la serie de cortos documentales o leer las redes del personaje femenino ficticio y de cualquier modo comprender la temática y la esencia del producto), la experiencia global está pensada idealmente en un movimiento en tres instancias — ficción, juego, documental— que apuntan a generar una conversación y reflexiones mayores en torno al tema.

Mientras en *Elige tu propia aventura* la narrativa interactiva apunta a que el lector juegue con el destino de su personaje decidiendo lo que considere más oportuno —o simplemente lo que quiera— dada una situación específica; en *Micromachismos: una experiencia transmedia* el destino no es lo que importa, sino la existencia constante de situaciones que exigen elecciones por parte de las mujeres. Elecciones que no están relacionadas a ninguna aventura, sino a un miedo y a una presión preexistentes:

naturalizadas por artículos de revistas femeninas que dicen que hay que vestirse de cierto modo, por noticias que afirman que abusaron a una joven porque volvió a su casa caminando, por comentarios y opiniones en redes sociales que dicen que las mujeres deben hacer ciertas cosas y no otras. En fin, por todo aquello que reproduce la idea de que las mujeres son en última instancia responsables de los actos machistas de los que son víctimas. El juego de rol, en conclusión, como uno de los tres grandes elementos de *Micromachismos: una experiencia transmedia*, busca la identificación de los usuarios con el personaje femenino ficticio y utiliza la bifurcación de opciones como elemento para visibilizar el abanico de decisiones que las mujeres toman presionadas por un contexto machista.

La idea de abordar una problemática tan vigente desde un ángulo no tan tratado nace en primer lugar desde la propia condición de mujeres y de futuras comunicadoras de las autoras. En segundo lugar, desde la grave situación de violencia hacia las mujeres en Argentina que interpela cada vez a más cantidad de personas y que despertó en las autoras del presente trabajo varias preguntas: ¿Por qué es tan grave el problema de violencia de género en nuestro país? ¿Sobre qué base se sustenta el accionar de quienes atacan a las mujeres? ¿Cuál es la raíz del problema? ¿Qué ideas subyacen tras las distintas formas de violencia contra las mujeres? Esas preguntas alentaron una búsqueda que encontró muchas puntas desde las cuales comenzar a pensar: observando los escasos datos y estadísticas que existen, se hace evidente que tanto distintas instituciones y comunidades, así como el Estado o los medios de comunicación siguen reproduciendo —en discursos o en prácticas, de distintas maneras y en diferentes niveles— la idea de que las mujeres, por ser mujeres, son o deberían ser de determinada manera y cumplir determinados roles. ¿Qué sucede, entonces, cuando una mujer no cumple con esas expectativas? ¿Podría un empleador enojarse porque una de sus trabajadoras se embaraza —porque trabajo y maternidad son, desde su punto de vista, incompatibles—? ¿Podría un hombre ofenderse porque su esposa gane más dinero que él? ¿Podría un hombre pensar que una mujer que se maquilla y se viste especialmente lo hace para provocar su atención? *Micromachismos: una experiencia transmedia* funciona como mecanismo para hacer surgir más preguntas y ensayar algunas respuestas muy necesarias, partiendo desde la convicción de sus autoras de que el problema de la violencia de género se erradica con un cambio que debe ser más profundo que la concientización sobre las violencias más explícitas, y que debe incluir

una profunda reflexión sobre los cánones machistas que atraviesan todos los ámbitos sociales.

La forma que toma nuestra reflexión sobre los micromachismos es la de un proyecto de documental interactivo transmedia con las características anteriormente mencionadas, y surge de la consideración realizada a partir de un primer acercamiento teórico al análisis de las formas narrativas que en el campo de la comunicación —desde la publicidad, pasando por el cine y la televisión, hasta el periodismo— se vienen experimentando y estudiando sobre todo desde los últimos diez años; que nos llevó a un repaso teórico más exhaustivo y, finalmente, a la conclusión de que pensar un proyecto comunicacional de estas características era lo más pertinente para abordar una problemática tan debatida y a partir de la que se han producido piezas comunicaciones tan diversas como dispersas.

La definición de nuestro tema fue acompañada y completada por el desarrollo de un primer momento del marco teórico en que leímos y rescatamos conceptos que nos ayudan a problematizar nuestros puntos de partida, complejizar las conclusiones y comprender los micromachismos y los contextos en los que funcionan. También en esta instancia recopilamos datos y estadísticas actualmente disponibles en nuestro país acerca de la problemática, pero también historias, artículos de diarios y revistas y testimonios, que nos ayudaron a pensar cómo abordar nuestro producto. Para la justificación del dispositivo que aquí proponemos, en un segundo momento, se llevó a cabo un amplio estudio del material bibliográfico disponible —en muchos casos, muy reciente— sobre documental interactivo y narrativas transmedia, así como sobre los cambios acontecidos en las últimas décadas en el *ecosistema de medios* (Scolari, 2010) que, primero, implicaron modificaciones en las formas de lectura y consumo mediático y, después, hicieron posible el desarrollo de nuevas formas de comunicación.

El proyecto está pensado en un contexto en el que distintas posibilidades de producción de proyectos transmedia han surgido, en un panorama audiovisual cada vez más acomodado a la incorporación de las nuevas tecnologías, y la aparición de concursos para alentar el desarrollo de contenidos transmedia como los realizados por el INCAA, MEDIAMORFOSIS, el Programa Ibermedia o festivales como el Tribeca Film Festival.

El trabajo que acá presentamos se organizará en tres partes centrales: en la primera parte del trabajo, presentaremos el abordaje a la temática de nuestro producto, los

conceptos necesarios para comprender la problemática de la violencia de género y el lugar que, en ese esquema, ocupan los micromachismos. Además, se repasará el contexto argentino, revisando algunos de los datos y números más importantes en relación al machismo y la violencia de género en distintas áreas de la vida de las mujeres en el país y región.

En la segunda parte del trabajo, desandaremos el camino teórico que nos llevó a la construcción de *Micromachismos: una experiencia transmedia* como un proyecto de documental interactivo y transmedia, un repaso que paralelamente revisará la evolución del género documental por un lado, junto con la evolución del escenario mediático por el otro; y los puntos en que ambos desarrollos se tocan y transforman hasta la aparición del documental digital interactivo. En esta instancia, revisaremos sus características y la implicación del agregado de narrativas transmedia a un proyecto de comunicación.

Finalmente, en el tercer apartado, desarrollaremos en un breve capítulo los elementos generales del proceso de construcción de nuestro producto de comunicación: desde la manera en que pensamos la realización de la biblia o carpeta de desarrollo de nuestro proyecto de documental interactivo transmedia, hasta la razón del uso de plataformas específicas para el mismo. También explicaremos el contexto en que pensamos posible el desarrollo de una carpeta, así como el trabajo que se viene realizando en Argentina en relación a esto. También revisaremos los modelos de construcción de proyectos transmedia, los procesos necesarios para la realización de los mismos y los potenciales del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Por último, la tercera parte incluye la presentación del producto: la carpeta de *Micromachismos: una experiencia transmedia*, que expone sus elementos constitutivos, desde su tema, historias, estructura, plataformas y funcionamiento así como su presupuesto, cronograma de trabajo y necesidades de producción y equipo técnico.

Adicionalmente, el presente trabajo presenta en sus anexos la muestra de los elementos de la experiencia de *Micromachismos: una experiencia transmedia* correspondientes al capítulo 1 y que incluye un recorrido por redes sociales, un juego, un corto documental y un sitio web.

OBJETIVOS

Objetivos generales:

- Desarrollar un proyecto de documental interactivo transmedia que aborde —desde piezas de distinta naturaleza y en distintas plataformas, de manera interconectada y coherente— la problemática de la violencia de género en Argentina a partir del eje de los micromachismos o microviolencias de género.

Objetivos específicos:

- Analizar bibliografía que aborde el tema de violencia de género y micromachismos. Rescatar los conceptos y la relación entre ellos para comprender la conexión entre la violencia de género y los micromachismos.
- Repasar el contexto sociohistórico de la aparición del movimiento Ni Una Menos en Argentina y sus demandas.
- Recopilar y analizar los datos y estadísticas disponibles sobre violencia y microviolencias de género en Argentina y América Latina para comprender la situación actual de la región.
- Analizar la bibliografía disponible sobre documental para comprender las distintas posibilidades de abordaje de historias y temáticas.
- Analizar la evolución del escenario mediático y, específicamente, del medio digital y el impacto de Internet en la producción de productos de comunicación.
- Analizar las posibilidades que —en el campo de la comunicación y para un proyecto de tipo documental— ofrecen las nuevas tecnologías y las narrativas transmedia.
- Desarrollar, en una carpeta o *biblia*, los elementos narrativos y estructurales básicos de un documental interactivo transmedia que tenga como base la problemática de los micromachismos. Desarrollar, asimismo, la lista de requerimientos de producción necesarios para la realización de un documental interactivo transmedia.
- Realizar las piezas correspondientes al primer capítulo del proyecto de documental interactivo transmedia ideado.

FUNDAMENTACIÓN Y METODOLOGÍA

Como futuras comunicadoras pero sobre todo como mujeres interpeladas y preocupadas por un contexto de violencia de género por el que se reclama en Argentina especialmente desde el año 2015 (cuando inició el movimiento Ni Una Menos contra la violencia machista), la temática, de evidente relevancia, siempre resultó un eje central desde el que pensar un producto de comunicación.

Una primera instancia de búsqueda y reflexión derivó, antes de comenzar con el presente trabajo, en una conclusión que consideramos importante: mientras era evidente el creciente número de publicaciones, proyectos de comunicación y piezas de distinta naturaleza orientadas a la visibilización y el abordaje de la violencia de género hacia las mujeres, se hablaba todavía poco acerca del machismo como un elemento transversal a procesos y dinámicas sociales y sobre su expresión primera: los micromachismos o microviolencias de género. Así fue que decidimos que, enmarcado en el interés por abordar la violencia de género, sea este el núcleo central de nuestra tesis de grado.

El ángulo documental que en primera instancia nos interesaba para plasmar nuestra construcción reflexiva del tema cobró completo sentido cuando comenzamos a explorar las narrativas transmedia: abordar el tema desde un documental interactivo transmedia nos podía permitir pensar en un producto más accesible, más abierto estructuralmente, y, sobre todo, nos permitía también convertir un tema documental en una experiencia de navegación, de acción y de diálogo; y no solo de visualización.

La elaboración de este trabajo se hizo utilizando una perspectiva metodológica cualitativa. De este modo, realizamos una exploración del material bibliográfico disponible, un desglose del material relevante y pertinente y un análisis de los conceptos que fundaron la base sobre la cual se construyó luego una propuesta de producto de comunicación.

En una primera instancia, se consultó sobre la temática de género y violencia a actores involucrados en colectivos por la defensa de derechos de la mujer en Córdoba. Los intercambios con estas personas nos permitieron, además, conocer los puntos que más preocupan a algunas de estas organizaciones. Adicionalmente, se realizó una búsqueda de cifras, estadísticas e informaciones respecto a la problemática que pudieran ayudar a comprender la relación entre lo analizado conceptualmente y el contexto específico argentino.

Finalizada la exploración y elaboración de la primera parte del marco teórico, se consultó con docentes, realizadores y profesionales de la comunicación al respecto de las posibilidades de realizar un proyecto de documental transmedia. En este caso, la exploración del formato se inició con material bibliográfico recomendado y se fue ampliando a lo largo de todo el proceso de elaboración de esta tesis de grado.

PRIMERA PARTE:
VIOLENCIA DE GÉNERO
Y MICROMACHISMOS

El tema elegido para el universo narrativo de la experiencia transmedia que proponemos en nuestro proyecto son los micromachismos o microviolencias de género. Por distintos factores, entre los que se cuentan el caudal de información que recibimos a diario desde los medios de comunicación o el diálogo instalado en la sociedad y la opinión pública, desde hace un tiempo solo se tiende a relacionar la violencia de género con la muerte de mujeres o la violencia física. La idea de nuestro proyecto es poder ir un poco más allá y descentrar la atención solo de las violencias extremas, corriendo el foco a las *microagresiones* o agresiones mínimas —mínimas por lo imperceptibles o naturalizadas, no porque no generen daño— para intentar visibilizar aquello que funciona como base de la violencia de género: el machismo.

En esta primera parte haremos un recorrido teórico sobre los conceptos que consideramos relevantes para comprender el tema planteado. ¿Qué significa hablar de violencia de género? ¿Qué son los micromachismos? ¿Cuál es el panorama actual en Argentina? La revisión de todos estos elementos será central para la elección de los ejes desde los cuales abordar nuestro proyecto de comunicación.

CAPÍTULO 1.

VIOLENCIA Y MICROVIOLENCIAS DE GÉNERO

1.1. El machismo y la violencia de género

Desde hace algunos años en Argentina —y el mundo—, como consecuencia de un contexto preocupante, se empezó a hablar con mayor interés de la violencia dirigida hacia las mujeres y de las mujeres que se encuentran en situaciones de violencia. A raíz de una ola de femicidios —crímenes cometidos contra mujeres por ser tales— se empezó a cuestionar la falta de acciones del Estado y la falta de información en general por la escalada de hechos violentos sin precedentes. Como ya expusimos brevemente, nuestro proyecto parte de la idea de que las violencias de género, las más visibles y las más imperceptibles, comparten un denominador común: el machismo. De ese modo, el mismo busca visibilizar microviolencias de género o micromachismos, que si bien distan en magnitud de los femicidios —expresiones extremas de los daños que se ejercen contra las mujeres—, tienen la misma raíz y están atravesadas por el machismo.

Marcela Lagarde y de los Ríos (1998), antropóloga mexicana, considera que el machismo es naturalista porque concibe atributos del hombre como naturales y lo define como “la exaltación ideológica, afectiva, intelectual, erótica y jurídica de los hombres y de lo masculino” (p. 110).

La violencia contra las mujeres es compleja y multifactorial y está basada en la dominación, la desigualdad de poder entre géneros y el sexo. Las creencias y estructuras que forman parte del imaginario social en relación a los géneros son inseparables de la cuestión del poder y quienes detentan el poder en la sociedad —los hombres en las de carácter patriarcal— utilizan todos los mecanismos disponibles para no perder los dispositivos que aseguran la desigualdad, aunque esos mecanismos impliquen violencia.

1.1.1. Violencia de género y sociedades patriarcales

Nos interesa partir de dos definiciones diferentes de violencia de género, provenientes de dos campos distintos: el campo académico sociológico y el campo jurídico. En este apartado consideraremos la primera.

Según la Organización Mundial de la Salud (2017), *violencia* es el “uso intencional de la fuerza física, amenazas contra uno mismo, otra persona, un grupo o una comunidad que tiene como consecuencia o es muy probable que tenga como consecuencia un traumatismo, daños psicológicos, problemas de desarrollo o la muerte.” ¿A qué se hace referencia cuando se habla de violencia de género?

Hablar de violencia de género y no solo de violencia, implica un posicionamiento que, para justificarse, parte de una base histórica. Según Alda Facio (1999), aunque en términos legales, por ejemplo, es posible concebir a mujeres y hombres como legalmente iguales en sus diferencias, las sociedades han tendido, al menos desde los últimos 6 mil años, a marcar una distinción que ha repercutido en todos los ámbitos de la vida de las mujeres. Históricamente, la diferencia sexual ha significado desigualdad en perjuicio de las mujeres por la manera en que los hombres, desde mucho tiempo atrás, “tomaron el poder y se erigieron en el modelo de lo humano” (Facio, 1999, p. 1). Así, mientras los hombres eran los cazadores, los líderes, los que proveían el alimento para la subsistencia, las mujeres eran las encargadas del hogar y el cuidado de las crías. La implicancia de una historia indudablemente protagonizada y centrada en el hombre es que, al día de hoy, según Facio (1999), “en la mayoría abrumadora de las culturas conocidas, las mujeres somos consideradas de alguna manera o en algún grado, inferiores a los hombres” (p. 1).

Incluso teniendo en cuenta las diferencias con que las sociedades reproducen esos términos históricos desiguales, existen rasgos comunes entre todas estas que las caracterizan. Como cita Facio (1999), la autora Janet Saltzman identifica algunos de esos rasgos:

- 1) una ideología con un lenguaje propio que devalúa a las mujeres dándoles a ellas, a sus roles, sus labores, sus productos y su entorno social, menos prestigio y/o poder que el que se le da a los de los hombres;
- 2) símbolos y mitos que — no siempre explícitamente— contienen en sí significados negativos atribuidos a las mujeres y sus actividades;
- 3) estructuras que excluyen a las mujeres de la participación en, o el contacto con los espacios de los más altos poderes, tanto en lo económico y lo político como en lo cultural.

Todas esas características son las que, en similares o diferentes palabras, conforman, según distintos autores, lo que se llama sociedad patriarcal. La sociedad patriarcal, según Facio, es un sistema histórico, es decir, no natural, y que se fundamenta en el dominio del hombre en perjuicio de las mujeres y está institucionalizado y promovido incluso a través del Estado.

La autora marca que las sociedades patriarcales generan el clima propicio para que la violencia de género surja y se perpetúe, porque la violencia es parte fundamental para el mantenimiento de ese orden no natural. En una cultura patriarcal, en la cual existe una distribución desigual del poder entre los géneros y en la que los varones tienen preeminencia, los hechos violentos —macros y micros— se concretan para mantener esa desigualdad y sostener las posiciones de privilegio que ocupan los hombres. En este tipo de estructura social la normalización de la violencia contra la mujer es cotidiana, y parte de la asunción *a priori* de que las mujeres deben ocupar tal o cual rol, y deben actuar de un modo determinado o esperado por la mayoría.

Marcela Lagarde y de los Ríos (1998) considera que:

La violencia de género es la violencia misógina contra las mujeres, por ser mujeres ubicadas en relaciones de desigualdad de género: opresión, exclusión, subordinación, discriminación explotación y marginación. Las mujeres son víctimas de amenazas, agresiones, maltrato, lesiones y daños misóginos. (p. 253)

Entendemos a la misoginia como la fobia hacia las mujeres que se cristaliza a través de la desacreditación, la negación de lo femenino, la desvalorización de las mujeres. Resulta funcional al machismo y a la jerarquización social y actúa con la certeza de que las mujeres son inferiores. Hombres y mujeres pueden ser misóginos.

La violencia de género, que desde esta perspectiva sería entonces la violencia ejercida hacia las mujeres para la reproducción y mantenimiento de las condiciones desiguales entre hombres y mujeres, no se agota en la agresión física. Como sostienen Galarza Fernández, Cobo Bedía y Esquembre Cerdá (2016), incluye también las violencias simbólicas y materiales. La violencia simbólica contra las mujeres constituye entonces en esta definición un tipo de violencia de género. En este sentido, las autoras remarcan que la actuación de los medios de comunicación está muchas veces orientada a

emitir persistentemente mensajes plagados de este tipo de violencia. Los mensajes de muchos medios de comunicación, según su estudio, sexualizan a las mujeres, devalúan lo femenino y se vinculan directamente a estructuras de desigualdad, discriminación y opresión. De este modo, los medios de comunicación reproducen estereotipos femeninos que se adaptan a la norma —la mujer madre, la buena esposa, la culpabilización de las víctimas de violencia, los cuerpos femeninos esbeltos, etcétera—. Como dice Carmen Morillo (2015):

Los informativos fomentan una imagen estereotipada porque los puntos de vista y opiniones de hombres y mujeres se concentran en asuntos y roles que tradicionalmente se les han asignado, y en los que incide también la publicidad, la educación, la sanidad, los temas sociales y, sobre todo la violencia de género. (p. 78)

Según esta línea de pensamiento, las sociedades patriarcales en última instancia reproducen los términos desiguales desde el propio Estado. En ese sentido, Facio (1999) destaca que la ONU, aceptando y validando la perspectiva feminista como categoría descriptiva de la situación de discriminación que viven las mujeres, exige a los Estados la integración de esa perspectiva en todas las políticas y legislaciones, y:

Define la incorporación de la perspectiva de género como una estrategia para hacer que los intereses y experiencias tanto de mujeres como de hombres sean una dimensión integral del diseño, implementación, monitoreo y evaluación de políticas y programas en todas las esferas del quehacer humano, con el objetivo de que todas las personas se beneficien igualmente y para que la desigualdad de lo femenino con respecto a lo masculino no sea perpetuada. (Facio, 1999, p. 16)

1.1.2. Violencia de género: la definición jurídica

Existe otra definición de violencia de género que nos interesa revisar y que se aparta de la definición previamente presentada, pero que comparte elementos con esa misma. Podría incluso relacionarse con aquel reconocimiento de la perspectiva feminista que la ONU pide adoptar a los países y que parte del reconocimiento de una situación de vulnerabilidad de las mujeres en las distintas sociedades. Esta definición deriva de lo jurídico, de una ley.

En el año 2009, se sancionó y promulgó en Argentina la Ley de protección integral hacia las mujeres, Ley 26.485. Idealmente, se sancionó para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en todos los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. El artículo n° 4 de esta ley indica que violencia de género es:

Toda conducta, acción u omisión, que de manera directo indirecta, tanto en el ámbito público como en el privado basada en una relación desigual de poder, afecte libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, como así también su seguridad personal. Quedan comprendidas las perpetradas desde el Estado o por sus agentes.”
(2009)

Según el Equipo Latinoamericano de Justicia y Género —ELA— (2014), que analizó los alcances, implementación y efectividad de las acciones que siguieron a la aplicación de la ley, la misma marcó un cambio de paradigma en el abordaje de la violencia hacia las mujeres en Argentina, destacando la inclusión, dentro de la violencia de género, de la violencia simbólica como la que se produce a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos.

Más allá de la conceptualización, sin embargo, precisa destacarse que la ley argentina ha sido criticada por no haber sido acompañada de políticas públicas eficaces. De este modo, el ELA (2014) en su informe señala la falta de coordinación, cobertura y alcance de las herramientas para la implementación de políticas contra la violencia de género y advierte la falta de un plan nacional contra la violencia que tenga amplia difusión pública y cuyo monitoreo y evaluación pueda hacerse a través de la verificación de información pública. La ausencia del Estado se configura, así, como otro punto importante a tener en cuenta en la prevalencia de la violencia de género. Si bien hemos citado —para completar una segunda definición válida y compleja de violencia de género—, una ley que legitima la responsabilidad de la justicia de proteger a la mujer, en los hechos, la prevención y el cuidado a las víctimas sigue siendo una deuda pendiente, como así también la aplicación de penas justas contra quienes cometen estos actos.

En casos de violencia simbólica también, como destaca el ELA (2014), los medios de comunicación aún reproducen estereotipos que justifican el delito y responsabilizan a las víctimas sin mayores consecuencias ni control de organismos del Estado o la justicia. La violencia institucional actúa sobre todo por negligencia u omisión. Las autoridades,

los poderes ejecutivos y judiciales se vuelven incapaces de garantizar la vida y protección de las mujeres.

1.1.3. Violencia de género extrema: el femicidio

Como ya se ha expresado, los crímenes de odio contra las mujeres son la máxima expresión de la violencia de género. Estos crímenes se definen como *femicidios* o *feminicidios*. Diana Rusell, escritora sudafricana y activista feminista, fue la primera en darle entidad al término. Russell conceptualiza al feminicidio, y su derivado femicidio, como el asesinato de mujeres por hombres motivados por el odio, desprecio, placer o sentido de posesión hacia las mujeres. Son crímenes de odio de mujeres por el solo hecho de ser mujeres. Lagarde (1998) toma el concepto de Diana Rusell para hablar de femicidios, y lo hace atendiendo las problemáticas de Latinoamérica. Para la autora los feminicidios son “crímenes de odio contra las mujeres (...) el genocidio contra mujeres y sucede cuando las condiciones históricas generan prácticas sociales que permiten atentados violentos contra la integridad, la salud, las libertades y la vida de niñas y mujeres” (Lagarde, 1998, p. 216).

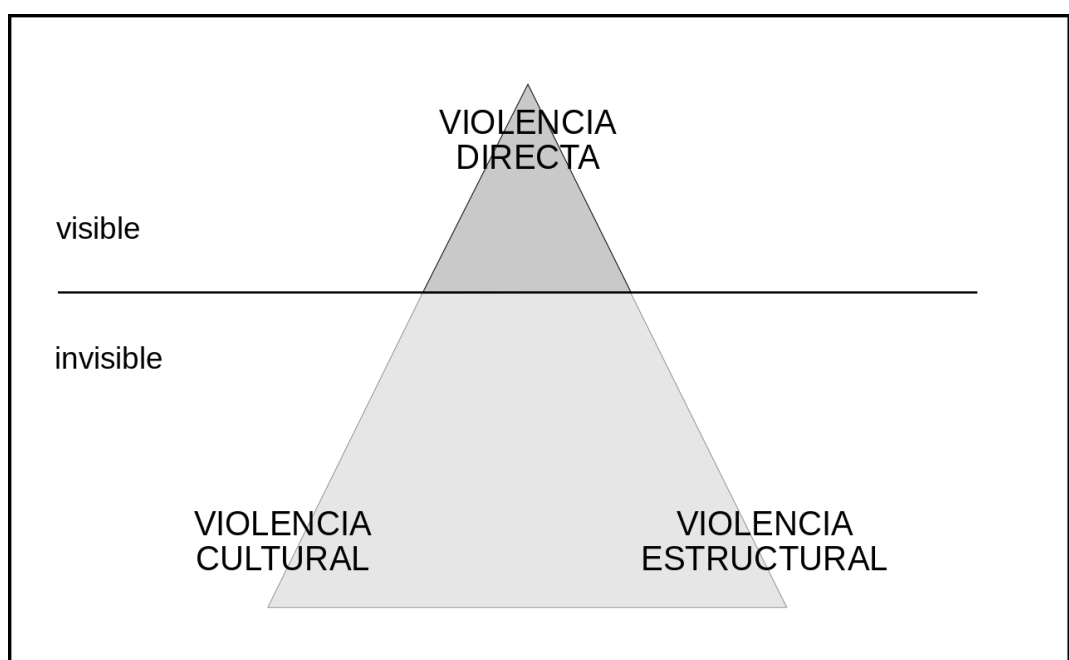
En Argentina, en noviembre de 2012 la Cámara de Diputados sancionó una norma que incorpora al Código Penal la figura de femicidio. El delito del femicidio fue incorporado como agravante de homicidio. En el artículo 80 (Ley 26.791) se detalla entre las circunstancias del agravante, en primer lugar, que el homicidio sea cometido contra “ex cónyuge, o a la persona con quien mantiene o ha mantenido una relación de pareja, mediar o no convivencia” (2012) —extendiendo el agravante a todo tipo de relaciones extramatrimoniales, incluso el noviazgo—; en segundo lugar, también se incorpora en otro inciso del artículo 80 como circunstancia “cuando el hecho sea perpetrado por un hombre y mediar violencia de género” e incluye como causales “placer, codicia, odio racial, religioso, de género o a la orientación sexual, identidad de género o su expresión”.

1.2. Violencia de género: tipología

La violencia y la violencia de género son fenómenos que se hacen presentes en todas las estructuras sociales. Resulta útil analizar cómo la violencia como conflicto se presenta en todas las sociedades. Se parte siempre de una opresión de un grupo hacia otro

que se encuentra en una situación desfavorable (minorías étnicas, minorías políticas, mujeres) y se perpetúa por condiciones culturales arraigadas.

Johan Galtung (1998), sociólogo noruego, plantea que la violencia es un problema estructural y en todas las sociedades se presenta como un *iceberg*, de modo tal que los comportamientos violentos que vemos son solo la parte visible del problema. Así, para analizar la dinámica de la generación de conflictos violentos, Galtung habla de un triángulo de la violencia que puede graficarse de la siguiente manera:



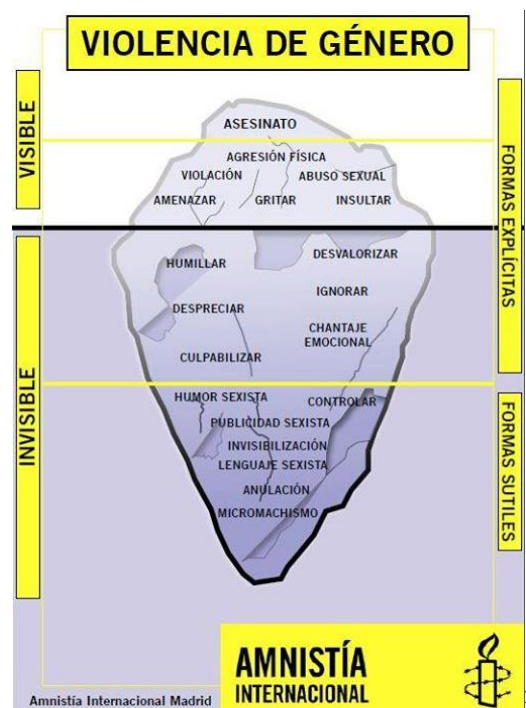
De este modo, podemos observar tres tipos de violencia:

- La **violencia directa**, la cual es visible, se concreta con comportamientos y responde a actos de violencia. Siempre se da en el marco de un abuso de autoridad en relaciones donde prima la desigualdad de poder. La violencia física es el ejemplo más concreto de esta categoría.
- La **violencia estructural**, que se centra en el conjunto de estructuras que no permiten la satisfacción de las necesidades y se concreta, precisamente, en la negación de las necesidades. Se relacionan con estratos sociales, y habla de los conflictos que se dan por la búsqueda de la satisfacción de derechos humanos básicos.

¹ Wikimedia Commons contributors. *Triángulo de Galtung*.

- La **violencia cultural**, que crea un marco legitimador de la violencia y se concreta en actitudes. Sistemas religiosos, políticos, culturales generan el marco apropiado para su aparición y es un tipo de violencia poco visible.

Llevando el análisis de Galtung al universo de la violencia de género constatamos que los mecanismos violentos son iguales y responden siempre a situaciones de abuso de poder de un grupo sobre otro, en las que siempre está presente la desigualdad y las estructuras sociales y culturales que legitiman el accionar violento. Existe una tendencia a reconocer formas extremas de violencia como los femicidios o la violencia física, y muchas veces no se detectan violencias menores como la falta de independencia y autonomía de las mujeres, la asignación de responsabilidades solo por ser mujeres (tareas domésticas, maternidad), la humillación, la violencia verbal, entre muchas más. El *iceberg* que representa los comportamientos violentos es aplicable también a la violencia contra las mujeres. Amnistía internacional ha graficado lo visible y lo invisible del siguiente modo:



² Amnistía Internacional Madrid. *Violencia de género*.

De este modo, mientras la violencia de género visible parte desde la agresión sexual o el abuso hasta el asesinato, lo “invisible” está constituido por la culpabilización, la humillación, el control o el lenguaje sexista, entre otras actitudes.

1.2.1. Tipología legal de violencia de género

Según la Ley de Protección Integral a la Mujeres (2009), ley argentina número 26.485, existen distintos tipos de violencia como así también distintas modalidades según las cuales se cometen los hechos. En los artículos 5 y 6, la ley estipula los tipos de violencia de género según las categorías siguientes:

- *Física*: La que se emplea contra el cuerpo de la mujer produciendo dolor, daño o riesgo de producirlo y cualquier otra forma de maltrato agresión que afecte su integridad física.
- *Psicológica*: La que causa daño emocional y disminución de la autoestima o perjudica y perturba el pleno desarrollo personal o que busca degradar o controlar sus acciones, comportamientos, creencias y decisiones, mediante amenaza, acoso, hostigamiento, restricción, humillación, deshonra, descrédito, manipulación aislamiento. Incluye también la culpabilización, vigilancia constante, exigencia de obediencia sumisión, coerción verbal, persecución, insulto, indiferencia, abandono, celos excesivos, chantaje, ridiculización, explotación y limitación del derecho de circulación o cualquier otro medio que cause perjuicio a su salud psicológica y a la autodeterminación.
- *Sexual*: Cualquier acción que implique la vulneración en todas sus formas, con o sin acceso genital, del derecho de la mujer de decidir voluntariamente acerca de su vida sexual o reproductiva a través de amenazas, coerción, uso de la fuerza o intimidación, incluyendo la violación dentro del matrimonio o de otras relaciones vinculares o de parentesco, exista o no convivencia, así como la prostitución forzada, explotación, esclavitud, acoso, abuso sexual y trata de mujeres.
- *Económica y patrimonial*: La que se dirige a ocasionar un menoscabo en los recursos económicos o patrimoniales de la mujer, a través de:

- a. La perturbación de la posesión, tenencia o propiedad de sus bienes;
 - b. La pérdida, sustracción, destrucción, retención o distracción indebida de objetos, instrumentos de trabajo, documentos personales, bienes, valores y derechos patrimoniales;
 - c. La limitación de los recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades o privación de los medios indispensables para vivir una vida digna;
 - d. La limitación o control de sus ingresos, así como la percepción de un salario menor por igual tarea, dentro de un mismo lugar de trabajo.
- *Simbólica*: La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad.

En relación a las modalidades de violencia de género, la ley realiza la siguiente tipificación:

- *Violencia doméstica*: aquella ejercida contra las mujeres por un integrante del grupo familiar, independientemente del espacio físico donde esta ocurra, que dañe la dignidad, el bienestar, la integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, la libertad, comprendiendo la libertad reproductiva y el derecho al pleno desarrollo de las mujeres. Se entiende por grupo familiar el originado en el parentesco sea por consanguinidad o por afinidad, el matrimonio, las uniones de hecho y las parejas o noviazgos. Incluye las relaciones vigentes o finalizadas, no siendo requisito la convivencia;
- *Violencia institucional*: aquella realizada por las/los funcionarias/os, profesionales, personal y agentes pertenecientes a cualquier órgano, ente o institución pública, que tenga como fin retardar, obstaculizar o impedir que las mujeres tengan acceso a las políticas públicas y ejerzan los derechos previstos en la ley. Quedan comprendidas, además, las que se ejercen en los

partidos políticos, sindicatos, organizaciones empresariales, deportivas y de la sociedad civil;

- *Violencia laboral*: aquella que discrimina a las mujeres en los ámbitos de trabajo públicos o privados y que obstaculiza su acceso al empleo, contratación, ascenso, estabilidad o permanencia en el mismo, exigiendo requisitos sobre estado civil, maternidad, edad, apariencia física o la realización de test de embarazo. Constituye también violencia contra las mujeres en el ámbito laboral quebrantar el derecho de igual remuneración por igual tarea o función. Asimismo, incluye el hostigamiento psicológico en forma sistemática sobre una determinada trabajadora con el fin de lograr su exclusión laboral;
- *Violencia contra la libertad reproductiva*: aquella que vulnera el derecho de las mujeres a decidir libre y responsablemente el número de embarazos o el intervalo entre los nacimientos, de conformidad con la Ley 25.673 de Creación del Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable;
- *Violencia obstétrica*: aquella que ejerce el personal de salud sobre el cuerpo y los procesos reproductivos de las mujeres, expresada en un trato deshumanizado, un abuso de medicalización y patologización de los procesos naturales, de conformidad con la Ley 25.929.
- *Violencia mediática*: aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres.

A nivel provincial, Córdoba cuenta con la Ley 9.283 de Violencia Familiar (2016), que si bien posee un título que no hace referencia específica a la violencia de género, constituye un adelanto en algunos sentidos. Esta normativa alcanza no solo la violencia ejercida por cónyuge o conviviente, sino también aquella que

alcanza a ex cónyuges, ex convivientes, padres de un hijo en común, novios y ex novios y parientes colaterales. Los tipos de violencia según esta norma son:

- a. Violencia física: configurada por todo acto de agresión en el que se utilice cualquier parte del cuerpo, algún objeto, arma, sustancia o elemento para sujetar, inmovilizar o causar daño a la integridad física de otra persona.
- b. Violencia psicológica o emocional: originada por aquel patrón de conducta, tanto de acción como de omisión, de carácter repetitivo, consistente en prohibiciones, coacciones, condicionamientos, intimidaciones, amenazas, actitudes devaluatorias o de abandono, capaces de provocar, en quien las recibe, deterioro o disminución de la autoestima y una afectación a su estructura de personalidad.
- c. Violencia sexual: definida como el patrón de conducta consistente en actos u omisiones que infrinjan burla y humillación de la sexualidad, inducción a la realización de prácticas sexuales no deseadas y actitudes dirigidas a ejercer control, manipulación o dominio sobre otra persona, así como los delitos contra la libertad y el normal desarrollo psicosexual.
- d. Violencia económica: provocada por acciones u omisiones cuya manifiesta ilegitimidad implique daño, pérdida, transformación, sustracción, destrucción, ocultamiento o retención de bienes, instrumentos de trabajo, documentos o recursos económicos, por las cuales las víctimas no logran cubrir sus necesidades básicas, con el propósito de coaccionar la autodeterminación de otra persona.

1.3. Panorama argentino: algunas estadísticas de violencia de género en Argentina

Históricamente en nuestro país, no se tuvo en la agenda de temas importantes la violencia de género. La consecuencia más visible es la falta de cifras oficiales, durante años, que dieran cuenta de la situación en la que muchas mujeres se encontraban.

En 2015, y ante una ola alarmante de femicidios, se llevó a cabo la primera manifestación nacional bajo la consigna #NiUnaMenos, en reclamo por un cambio social y políticas públicas que terminen con la violencia de género. Otro de los pedidos de la movilización era que el Estado realizara un registro nacional de femicidios. Recién a partir de esta solicitud la Corte Suprema de Justicia sistematizó las cifras de todos los tribunales del país y en noviembre del mismo año se publicó el Primer Registro Nacional

de Femicidios de la Justicia Argentina. Si bien no se contemplaron en las estadísticas los casos en los cuales el agresor se suicidó o los casos en los que las víctimas eran personas transgénero sin cambio de DNI, la sistematización arrojó como resultado que en el año 2014 hubo 225 femicidios, cifra que se amplió en 2015 a 235 víctimas (2016, p. 7). En el 2016 se cometieron 254 femicidios —incluidos transfemicidios, es decir crímenes cometidos contra personas transexuales— que arrojaron un total de 258 imputados. Además de la cuantificación de los delitos, en el 2016 se pudo también conocer la naturaleza de los vínculos entre víctima y victimario: “El vínculo predominante entre víctima y victimario se corresponde con la pareja o ex pareja en 164 de los casos. En 37 de las muertes participó algún familiar; en 31, alguien conocido, y solo en 23 no hubo vínculo previo” (Struminger, 2017).

En promedio se puede decir que una mujer es asesinada cada 30 horas en Argentina, y que en la mayoría de los casos los femicidas son personas del círculo íntimo de las víctimas. Así se conoció en febrero de 2018 por un informe publicado por el Observatorio de Femicidios, perteneciente al Defensor del Pueblo de la Nación, que recopila los datos de los femicidios ocurridos en Argentina entre el 1 de enero de 2017 hasta el 31 de diciembre del mismo año: en total, 292 femicidios fueron registrados en Argentina en ese período. El informe también señala que las provincias con los mayores números de femicidios fueron, de mayor a menor, Buenos Aires (con 119 casos), Córdoba (con 26 casos), Salta y Santa Fe (con 24 casos cada una) y Santiago del Estero (con 19).

Además de las estadísticas que revelan la cantidad de femicidios, existen otros datos y cifras que dan cuenta de otros tipos de violencia en Argentina y la región, según distintas fuentes.

1.3.1. Violencia obstétrica

En el año 2016 se llevó adelante en Argentina el primer Índice Nacional de Violencia Machista, encuesta nacional que contó con los testimonios de más de 59 mil mujeres del país. La finalidad de la encuesta era poder reunir datos y porcentajes sobre situaciones violentas a las que se ven expuesta las mujeres y mujeres transgénero.

En esa recolección de datos, el 77% de las mujeres aseguró haber sufrido violencia obstétrica alguna vez, entendiendo esta categoría como la violencia que se ejerce en el

ámbito de la salud en relación al cuerpo de la mujer y los procesos reproductivos. Algunos ejemplos que dieron las mujeres están relacionados a la inseguridad y vulnerabilidad que sintieron durante el parto por la atención médica que estaban recibiendo, en donde no se les daba toda la información necesaria, se las trataba con diminutivos y como personas incapaces de entender el proceso por el cual estaban transitando. También hicieron referencia a la información que se les negaba en relación a los tratamientos y procedimientos a los que eran sometidos los recién nacidos o a ellas mismas en la instancia de post parto.

Dejando de lado los procesos reproductivos, muchas mujeres dieron testimonio también sobre situaciones que debieron transitar en los controles ginecológicos, tales como los prejuicios sobre sus elecciones y prácticas sexuales, sus deseos o no de ser madres, el cuestionamiento sobre los métodos anticonceptivos que eligen para sus cuerpos, entre otras más.

1.3.2. Violencia sexual

Según los últimos datos del Ministerio de Seguridad de la Nación (2015), en el año 2015 en Argentina 3.746 personas denunciaron una violación sexual, lo que representa más de 10 ataques por día. La violencia contra la integridad sexual abarca violaciones, como así también las tentativas, la corrupción, el abuso deshonesto, los ultrajes al pudor y el rapto. Si bien hay casos aislados en los cuales la víctima es hombre, el mayor porcentaje de casos de violencia sexual recae sobre las mujeres.

Es importante destacar que estos datos surgen del Sistema Nacional de Información Criminal (SNIC), es decir que solo tienen en cuenta los casos registrados por los sistemas de Seguridad y Justicia, y si se infiere que los ataques sexuales denunciados son solo algunos, se puede estimar que el número es aún mayor.

En la región, la Organización Mundial de la Salud (2010), realizando informes sobre violencia sexual en América Latina y el Caribe, concluyó que solo un 5% de las víctimas adultas de violencia sexual en la región denuncian el hecho a la policía. Tanto en Argentina como en la región, las mujeres encuentran muchas trabas al momento de realizar las denuncias y las fiscalías no acompañan del modo correcto a las víctimas para que puedan llevar adelante las causas penales.

A su vez, no existen estadísticas confiables disponibles a nivel nacional que prueben qué porcentaje de las denuncias de abuso sexual llegan a una condena. Existen datos que recauda el Sistema Nacional de Estadísticas sobre Ejecución de la Pena (SNEEP). En el último informe (2015), indican que la violación se encuentra entre los delitos más imputados a los detenidos, después de los robos, los homicidios dolosos y la violación a la Ley de Estupefacientes.

1.3.3. Violencia laboral

La desigualdad entre géneros es notoria en el mundo laboral. Existen muchas barreras que hacen que la equidad entre hombres y mujeres, en el corto plazo, difícil de alcanzar y mucho más si se trata de puestos directivos. Son las mujeres las que por lo general tienen a cargo el trabajo doméstico, el cuidado de los hijos y de personas mayores. De acuerdo con un informe realizado por el Programa de Naciones Unidas (2014) para el Desarrollo realizada sobre los datos recolectados por la Encuesta Permanente de Hogares en Argentina en el 2012, “De los varones ocupados, el 6,1% se desempeña en puestos directivos y un 2,3% en puestos de jefatura [y entre las mujeres] estas cifras se reducen al 3,8% y 1,4% respectivamente” (p. 36).

Mabel Burin, doctora en Psicología especializada en estudios de género, explica al medio digital *Chequeado* (Martínez, 14 de julio de 2016) que dentro de las organizaciones y empresas se detectan dos fenómenos. Por un lado se da el fenómeno del “techo de cristal”, que no es más que una barrera invisible con la que la mayoría de las mujeres se topan si buscan un ascenso, y por el otro surge lo que la psicóloga denomina como “laberinto de cristal”, que son los recorridos fragmentados que recorre una mujer en sus experiencias laborales:

Las mujeres habitualmente tenemos otras maneras de transitar por nuestras carreras laborales, con otros movimientos, con interrupciones, a veces por la maternidad o porque se nos impone trabajos de cuidado de personas que son dependiente de nosotras, y esto hace que los itinerarios laborales de las mujeres no sean tan directos, unidireccionales. (Martínez, 14 de julio de 2016)

Más allá de las jerarquías que excluyen a las mujeres, también está presente el fenómeno de la segregación sectorial que responde a los estereotipos que indican que trabajo puede o no realizar una mujer. Hay sectores de la economía a los que las mujeres no pueden aspirar. De acuerdo con el Boletín de Estadísticas de Género y Mercado de Trabajo (2014), último disponible, elaborado por el Ministerio de Trabajo de la Nación, la industria manufacturera, el transporte de almacenamiento y comunicaciones, y la construcción son actividades con una menor tasa de mujeres que la media (18,6%; 13,8%; 5,9%, respectivamente), es decir con una menor relación entre la cantidad de trabajadores mujeres y el total de trabajadores.

1.3.4. Trabajo doméstico

Culturalmente el trabajo doméstico está asociado al rol de la mujer. El Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA), realizó en el año 2013 la última Encuesta Anual de Hogares Urbanos (EAUH) del INDEC. Se incluyó un módulo sobre el uso del tiempo, y en particular del trabajo no remunerado, es decir el trabajo que se hace en el hogar y por el cual no hay un pago. Se incluyen quehaceres domésticos, cuidado de niños menores de 15 años y cuidado de miembros del hogar de más de 60 años. Los datos que arrojó la investigación muestran claramente la desigualdad de género que existe a la hora de las tareas del hogar. Las mujeres han declarado dedicarle más de 6 horas diarias a los trabajos domésticos, mientras que los hombres dijeron dedicarle menos de 4 horas. Además es clave entender que la tasa de participación de las mujeres, es decir las que realizan trabajo doméstico, llega casi al 90%, contra el 58% de los hombres que declara hacerlo. A su vez, las mujeres que no tienen un trabajo remunerado dedican una cantidad significativamente mayor de tiempo a esas tareas y aunque existen variaciones —según las edades, las clases sociales, la situación laboral, entre otras—, la diferencia en relación a los hombres es una constante.

La encuesta confirma la presunción de una utilización del tiempo diferente por parte de varones y mujeres, y una sobrecarga de las mujeres en las responsabilidades de cuidado. Esto genera largas jornadas de trabajo total y limita la disponibilidad de tiempo para otras actividades (dedicadas al autocuidado, al esparcimiento o la capacitación).

1.3.5. Violencia de género y adolescencia

En Argentina existe una línea gratuita para atender a víctimas de violencia de género —línea 144— y en base a los registros de llamadas, el Consejo Nacional de Mujeres (2015) redactó un informe sobre la situación de niños, niñas y adolescentes en relación a la violencia de género. De allí surgieron datos que grafican la situación de las mujeres: los casos de violencia hasta los nueve años tienen como víctimas a niños y niñas en proporciones similares. Luego, la brecha comienza a ampliarse hasta que, entre los 16 y los 17 años, un 95,3% de las víctimas son mujeres.

En 2016, los llamados de jóvenes entre 15 a 24 años representaron el 15% del total de casos, y las consultas tenían relación en primera instancia con la violencia psicológica —celos, insultos, humillación— seguida por la violencia física y la simbólica. En el 53% de los casos la violencia era ejercida por la pareja —novio o novia—, y en un 41% por una ex pareja.

1.3.6. Violencia mediática

En la actualidad es cuestionable el tratamiento que los medios realizan de los casos de violencia que sufren las mujeres. Hace años los femicidios eran tratados en su mayoría como crímenes pasionales, y en la actualidad diversas organizaciones y civiles denuncian la manera en que muchos medios eligen hacer foco en las características de las mujeres que sufren violencia y no en los victimarios y el sistema que perpetúa esta realidad. Como respuesta, la Defensoría del Público de la Nación, que también recibe denuncias del público sobre contenidos denigratorios en radio y televisión argentina, brinda desde el año 2013 capacitaciones para comunicadores sobre el abordaje que debe realizarse en relación a hechos y noticias que involucren violencia de género. Con el foco puesto en la Ley de Protección Integral a las Mujeres, la Defensoría del Público también comparte un decálogo de sugerencias para el tratamiento de la violencia contra las mujeres “para repensar la práctica cotidiana desde un enfoque de derechos” (Defensoría del Público, s.f.).

En relación a la presencia de las mujeres en los medios de comunicación como sujetos relevantes en las noticias o como divulgadoras de noticias, la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana realizó en el año 2015 —con apoyo de varias

organizaciones, entre ellas ONU Mujeres y la UNESCO— un informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios, que analiza la presencia de mujeres en las noticias y los medios en 114 países. El análisis en este caso, además de hablar del tratamiento de la información, arroja cifras e indica, por ejemplo, que en Argentina solo el 29% de artículos periodísticos e informativos fueron sobre mujeres y el porcentaje tiende a subir solo en las secciones de cuidado y salud. En la información política, en cambio, el porcentaje desciende: solo el 16% de la información habla sobre mujeres. Además, el informe concluye en que las mujeres aparecen sobre todo como sujetos de las noticias y casi no tienen presencia en columnas de opinión o como fuentes expertas de consulta.

1.4. Micromachismos

Como ya hemos dicho, la violencia de género puede manifestarse de distintos modos y en diversos ámbitos y las dos definiciones de las que partimos incluyen las violencias simbólicas. Existen comportamientos violentos que suelen ser “invisibles” para muchos o poco perceptibles. Los casos que tienen mayor abordaje en medios de comunicación y en las conversaciones sociales en general son usualmente los más evidentes—incluso trágicos—, dejando afuera muchos que atentan de igual modo sobre la dignidad y libertad de las mujeres. La legitimación cultural de muchos hábitos y comportamientos juega a favor de esta situación de invisibilización haciendo que conlleve mucho tiempo descifrar la ejecución de algunas actitudes machistas. De eso resulta el desconocimiento de algunas vivencias diarias de violencia—gestos, miradas, toqueteos, prejuicios, por nombrar algunas— que les toca vivir a las mujeres por ser mujeres. En ese marco, las violencias explícitas resultan eventos que aparecen como extraordinarios mientras que las microagresiones son relativizadas y minimizadas, como también lo es el daño y las consecuencias que generan. Esta minimización actúa de tal forma que los hechos no se perciben como violencia.

1.4.1. Definición de micromachismos

El primero en utilizar el término micromachismos fue Luis Bonino Méndez (1996), y los define como “prácticas de dominación y violencia masculina en la vida cotidiana, del orden de lo ‘micro’, al decir de Foucault, de lo capilar, lo casi imperceptible, lo que está en los límites de la evidencia” (p. 3). Son pautas de conducta que se aceptan

socialmente dentro de la cultura del patriarcado, en donde existe la desigualdad de género y las relaciones de poder son asimétricas. Son acciones que se minimizan pero que tienen consecuencias directas en la vida de las que las padecen. Se utilizan sobre todo para perpetuar las desigualdades. Bonino Méndez toma a Foucault en su definición para aclarar que utiliza el prefijo “micro” no como algo menor, si no como algo que sucede y es casi imperceptible:

Es preciso comprender cómo las grandes estrategias de poder se incrustan, hallan sus condiciones de ejercicio en microrrelaciones de poder (...) Designar estas microrrelaciones, denunciarlas, decir quién ha hecho qué, es una primera transformación del poder. Para que una cierta relación de fuerzas pueda no solo mantenerse, sino acentuarse, estabilizarse, extenderse, es necesario realizar maniobras. (p. 1)

Los micromachismos son microabusos o microviolencias que se usan para perpetuar y mantener una posición de desigualdad entre géneros. Son violencias que están en la base y son consideradas la raíz de las otras formas de violencia de género por su carácter de maniobras sutiles, casi invisibles. El ámbito en el que suelen aparecer con más frecuencia es en las relaciones de parejas, pero también existen en situaciones cotidianas entre desconocidos, en espacios públicos, a través de los medios de comunicación y la publicidad sexista, en espacios laborales, etcétera.

1.4.2. Micromachismos: clasificación

Luis Bonino Méndez (1996) realiza una clasificación de los micromachismos — orientada a las relaciones de pareja— con categorías que los agrupan según distintos hábitos o patrones de conducta.

1. *Micromachismos coercitivos*: se caracterizan por el uso de la fuerza del hombre hacia la mujer. Cuando se habla de fuerza no se hace referencia a la fuerza física, sino a la fuerza que conlleva violencia emocional, psíquica, económica y que doblega a la mujer en sus decisiones, libertad y capacidad de elegir. Generan malestar, sentimientos de derrota y falta de autoestima.

Algunos ejemplos que se incluyen en esta categoría son:

- **Intimidación:** a través de distintas amenazas está siempre latente la sensación de que algo malo puede ocurrir ante la desobediencia. Por lo general se expresa a través de signos no verbales (miradas, posturas corporales). Para volver creíble la intimidación, la mujer suele sufrir demostraciones o abusos ya sean físicos o no.
- **Control económico:** muchas mujeres no pueden salir de círculos violentos por cuestiones de dinero. Sienten que si se alejan no podrán subsistir económicamente y permanecen en ambientes viciados. Lo económico parece ser patrimonio exclusivo de los hombres —se reproduce desde hace muchos años la idea de que la mujer debe hacerse cargo de las tareas domésticas y el hombre es el que sale del hogar a conseguir dinero— y eso se utiliza para ejercer violencia a través de recortes de gastos o monopolizando los ingresos.
- **Insistencia abusiva:** por agotamiento, la mujer cede frente a determinadas situaciones. Así, las mujeres pueden cambiar de opinión o modificar conductas ante insistencias prolongadas.
- **Apelación a la "superioridad" de la "lógica" varonil:** estas microviolencias se manifiestan en ámbitos que exceden lo doméstico y suelen ser muy comunes también en ámbitos laborales. Se desacredita al género femenino imponiendo ideas o conductas bajo la premisa de que los hombres tiene el monopolio del saber.

2. *Micromachismos encubiertos:* atentan sobre la autonomía femenina y vuelven las relaciones entre géneros asimétricas de un modo sutil y casi invisible en lo que respecta a su intencionalidad. El objetivo es el mismo que conllevan todas las prácticas violentas: dominar, solo que en este caso con maniobras que pasan desapercibidas. Se utilizan vías “afectivas” y se induce a la mujer de modo paulatino a actuar del modo que espera el hombre. Se aprovechan de la confianza del vínculo y generan culpa y confusión para desestimar ciertos comportamientos o modificar pensamientos. Llevan a la mujer a una búsqueda continua de la aprobación masculina, y devastando la autoconfianza y autoestima. Algunos ejemplos de este tipo de micromachismos son:

- **Abuso de la capacidad femenina de cuidado:** sigue un patrón cultural arraigado en toda la sociedad. La base está dada por la idea naturalizada de que las mujeres deben “estar para otros” porque son eficaces a la hora

de los cuidados. En la cultura patriarcal a las mujeres se les impone distintos roles que atentan sobre su autonomía y son roles de “servicio”: madre, esposa, asistente. Los hombres suelen imponer esta disponibilidad femenina que deviene en una extracción de energía para la mujer, menor tiempo de ocio, desgaste físico y emocional. En la maternidad suele manifestarse este tipo de abuso cuando se genera un anclaje a las ideas tradicionales. La madre tradicional debe ocuparse del vínculo con su hijo sin descuidar la pareja y los cuidados domésticos, dejando de lado en la mayoría de los casos su propia autorrealización y deseos.

- Creación de falta de intimidad: son situaciones creadas por los hombres para alejar a la mujer, maniobras activas para no perder poder frente a las mujeres; manejan el diálogo, la distancia, y de ese modo pueden decidir cuánta intimidad tener, cuando se está disponible o no. Son coartadas los deseos femeninos de relacionarse. Distintas son los recursos que se emplean para manejar la forma de relacionarse. El silencio, por ejemplo, es utilizado para hacer saber cuándo se puede hablar y cuándo no, es una forma de demostrar quién tiene el manejo, quién no necesita dar explicaciones. Es un recurso que solo puede ser usado por quien detenta el poder. Otro modo por el que imponen reglas de vinculación es a través del aislamiento y la puesta de límites. El aislamiento puede ser físico, encerrándose en algún espacio de la casa o en alguna actividad y los límites a veces se ponen a través del enojo desatado por la “invasión” femenina. Otra herramienta usada para manejar los espacios de intimidad y conexión es la falta de reconocimiento hacia la mujer. No se le reconocen sus deseos, necesidades, aportes y derechos. Las mujeres no son apoyadas ni contenidas y se produce una sobrevaloración de lo que el hombre brinda.
- Desautorización: el hombre desautoriza basado en la idea de la superioridad masculina y la posesión absoluta de la razón. Aquí se incluye el menosprecio y la desvalorización, ambas actitudes avaladas por la cultura machista. Se valora negativamente a la mujer, se la ridiculiza y se le resta valor a las opiniones femeninas y en contrapartida no se le reconocen los aportes significativos. Se niega lo positivo y a veces se utiliza el “terrorismo misógino”, que se define así:

Se trata aquí de comentarios descalificadores repentinos y sorprendidos, tipo "bomba", realizados generalmente en el ámbito público, que dejan indefensa a la mujer por su carácter abrupto. Producen confusión, desorientación y parálisis. Utilizan la ridiculización, la sospecha, la agresión y la culpabilidad. (Bonino Méndez, 1996, p.11)

- Paternalismo: se produce una falta de tolerancia hacia la independencia de la mujer, y se recurre a la posesividad y autoritarismo —bajo la forma de cuidados protectores o paternalistas— para retomar el control de la relación.
- Manipulación emocional: el afecto es usado como método de control. La mujer duda de sí misma y sufre de inseguridad y dependencia ante opiniones y acciones que realiza el hombre para manipularla. Son muchos los modos de manipulación afectiva: se la pone en falta a la mujer para generarle culpa de sus acciones (“no sabés hacer nada”), se usan dobles mensajes afectivos con el fin de manipular a la mujer (“si me quisieras no harías esto”) o mensajes no verbales con el mismo fin.

3. *Micromachismos de crisis*: se utilizan en los momentos en los que la relación se desestabiliza y se produce un aumento de poder personal en la mujer (por ejemplo, ante una situación de mayor ingreso económico de la mujer). Estas microviolencias suelen aparecer para poner un freno a la autonomía de la mujer o para no sentirse el hombre dependiente de ella. Se busca restablecer el *statu quo* perdido. Algunas formas en las que se expresan son:

- Hipercontrol: se activan los mecanismos de control, se vigilan las actividades que realizan las mujeres, las salidas, los horarios.
- Resistencia pasiva y distanciamiento: se retira el apoyo y colaboración a la mujer y su nueva situación. Se generan amenazas de abandono y distanciamientos.
- Victimismo: el hombre se victimiza ante los nuevos cambios en la relación y genera la búsqueda constante de compasión a través de distintos mecanismos manipulativos.

1.5. El concepto de microagresiones

Mencionado por primera vez en 1970 por el psiquiatra Chester M. Pierce, el concepto de microagresión (traducción directa derivada del original inglés, *microaggression*) fue retomado y popularizado en 2007 gracias a un artículo del psicólogo Derald Wing Sue. El concepto de microagresiones, cuando se habla de aquellas dirigidas contra las mujeres, es conceptualmente equivalente al de micromachismos estudiado por Bonino Méndez. El alcance del concepto de microagresiones es más amplio y, por lo tanto, puede servir para despegar el estudio de las microagresiones a las mujeres del solo ámbito doméstico o de pareja.

Para Sue (2010), las microagresiones son breves intercambios diarios que envían mensajes denigrantes a ciertos individuos con motivo de su pertenencia a un grupo. La amplitud del término deriva de su primera construcción, concebida por Pierce en 1970 para describir los insultos y el rechazo que regularmente presenciaba por parte de norteamericanos no-blancos a afroamericanos. Eventualmente, el término se extendió a la degradación casual de cualquier grupo social marginalizado, incluyendo a las mujeres. El ámbito podía ser el de la educación, de la salud, de la profesión o de las relaciones interpersonales.

Desde la psiquiatría y la psicología se habla de microagresiones de género como uno de los tipos de microagresiones. Así como Bonino Méndez resaltaba que lo micro del concepto micromachismos en ningún caso implica la disminución de la importancia de la violencia ejercida, las microagresiones no son necesariamente menos dañinas que los actos de agresión más conscientes y visibles.

Según Derald Wing Sue (2010), las microagresiones reflejan prejuicios y motivaciones agresivas implícitas y ejercen un impacto adverso sobre la salud mental de quienes las sufren. Adicionalmente, Sue describe que las microagresiones suceden generalmente por debajo del nivel de conciencia de miembros “bienintencionados” de la cultura dominante. Según Sue, las microagresiones son conocidas por ser insultos sutiles contra una persona o un grupo de personas como una forma de “menospreciar”. El psicólogo describe que las microagresiones incluyen repeticiones o afirmaciones de estereotipos sobre un grupo social. Además, menciona una serie de factores que guardan las microagresiones, entre los cuales se cuentan:

- La expresión de desaprobación o disconformismo con el grupo atacado.
- La asunción de que todos los miembros del grupo víctima de la microagresión son iguales.
- La negación, por parte de los agresores, de la existencia de discriminación contra el grupo microagredido.
- La búsqueda de la negación y minimización del conflicto entre el grupo atacado y el grupo dominante.

Además, las microagresiones son manifestaciones activas y/o reflejos de los puntos de vistas dominantes acerca de las ideas de inclusión/exclusión, superioridad/inferioridad, normalidad/anormalidad y de lo deseable/no deseable. Los investigadores que adhieren a la noción de microagresión están de acuerdo en que las microagresiones contra grupos marginalizados también se pueden encontrar en distintos tipos de medios y productos de comunicación como en la televisión, el cine, la fotografía, la música, etcétera.

Kevin Nadal, psicólogo y alumno del profesor Sue, comenzó a estudiar y escribir sobre microagresiones relacionadas al género y la orientación sexual en el 2010 y halló que las mujeres, incluyendo mujeres trans, reportaban haber experimentado microagresiones sexistas. Así, Nadal considera que mientras el sexismo implícito en las sociedades occidentales tiende a decaer, todavía existe en formas sutiles. Las mujeres se enfrentan a microagresiones que las hacen sentirse inferiores, sexualmente objetivadas y que están vinculadas a roles restrictivos de género, no solo en el ámbito doméstico y de las relaciones de pareja, sino también en sus lugares de trabajo o en el ámbito de la educación.

El estudio de las microagresiones de género se encarga de revisar, en todos los ámbitos de la vida del grupo víctima, las distintas microagresiones ejercidas contra el grupo y los mensajes agresivos al grupo que se encuentran detrás de ellas. En *Microaggressions in Everyday Life: Race, Gender, and Sexual Orientation* (2010), Derald Wing Sue presenta algunos ejemplos relacionados a las microagresiones de género:

- Una gerente mujer con personalidad firme es etiquetada como “perra”, mientras su contraparte masculina es descrita como un “líder contundente”. El mensaje oculto de esta microagresión es que las mujeres

deberían ser pasivas y permitir a los hombres ser quienes tomen las decisiones.

- Una mujer médica usando un estetoscopio es confundida como enfermera. El mensaje detrás de la microagresión es que las mujeres deben ocupar roles de apoyo y cuidado, no de toma de decisiones.
- Un hombre le silva a una mujer por la calle. El mensaje detrás de esta microagresión es que el cuerpo de la mujer es para disfrute del hombre y que es pasible de ser vista e interpelada como objeto.

1.6. Micromachismos y consecuencias

Los efectos negativos de las microviolencias son muchos y a veces imperceptibles por ser esta una de las características principales de los micromachismos: la cuasi invisibilidad.

A nivel vincular, las relaciones se desestabilizan a favor de los intereses del varón, las desigualdades se profundizan y las mujeres actúan del modo en que el hombre espera. Las relaciones se degradan y se abren puertas hacia otro tipo de violencias. A nivel personal, las mujeres atraviesan distintos estados: culpabilización, agotamiento de reservas emocionales, deterioro de la autoestima y sentimiento de derrota. La desmoralización que producen las microviolencias lleva a la mujer a un estado general de inseguridad que influye en su desarrollo personal, profesional, emocional.

Al hablar de violencia y microviolencias de género hay que tener presente que es un tema público y no de índole privada. La sociedad entera es responsable de perpetuar comportamientos machistas y es el Estado uno de los actores principales que debe actuar ante este escenario, garantizando derechos a las mujeres.

SEGUNDA PARTE:
**EL DOCUMENTAL
INTERACTIVO TRANSMEDIA**

La búsqueda de la construcción de un producto de comunicación orientado a discutir de manera innovadora y abierta el tema expuesto nos lleva hacia algunos lugares conocidos y otros no tanto. La opción del documental interactivo transmedia aparece como una alternativa que combina una de los géneros audiovisuales más clásicos y antiguos y frecuentemente utilizado para proponer una reflexión en torno a temáticas sociales contemporáneas, el documental, y nuevas formas de pensar la comunicación — técnica y narrativamente—. Esta segunda parte sigue el camino de exploración que llevó a las autoras a la elección, primero, y a la construcción, después, de un producto de comunicación se termina presentando en este trabajo.

A los fines de exponer claramente una definición de documental interactivo transmedia que nos permita comprender sus características y sus potenciales, esta parte se divide en cuatro capítulos: el primero de ellos recorre cronológicamente el camino evolutivo del documental como género cinematográfico, intentando reconstruir algunas de sus definiciones así como sus características. En el segundo capítulo, se hace un recorrido por la evolución del panorama mediático que desde los 60 pero especialmente a partir de los 90 revolucionó el *ecosistema de medios* (Scolari, 2010) —del que la producción documental forma parte— y que en los últimos años introdujo la interactividad como elemento en el medio digital. En el tercer capítulo de esta parte, hacemos converger estos dos campos: la evolución del documental por un lado, y el de las tecnologías del medio digital por el otro, para poner en foco al documental interactivo como un género nuevo. Analizamos allí sus características. Finalmente, en el cuarto capítulo revisamos la aparición del concepto de narrativas transmedia y sus usos, así como la implicancia de la utilización de este tipo de narrativas en los documentales interactivos.

CAPÍTULO 2.

EVOLUCIÓN DEL GÉNERO DOCUMENTAL

2.1. El género documental

Intentar realizar una delimitación del género documental es un desafío; desde su surgimiento ha sido materia cambiante y ha sido teorizado de distintos modos a través de los años. Género propio de la narrativa de la no ficción, ha evolucionado a través del tiempo hasta llegar a un último estadio, el documental transmedia, que analizan distintos autores.

Ya sea en el cine o la televisión, el término documental ha servido para designar trabajos de naturaleza y características muy diversos. Intentaremos realizar un recorrido histórico por distintos autores que han conceptualizado el género desde distintos puntos de vista, y luego haremos una revisión sobre su historia hasta la aparición de la interactividad como elemento transformador del documental.

2.2. El concepto de documental

Comenzar con una definición “canónica” de documental puede resultar útil en este caso. Y a este fin puede servir aquella consensuada por la World Union of Documentary que en 1948 definió al documental como:

Todo método de registrar en celuloide cualquier aspecto de la realidad interpretado bien por la filmación de hechos o por la reconstrucción veraz y justificable, para apelar a la razón o a la emoción, con el propósito de estimular el deseo y ampliar el conocimiento y la comprensión, y plantear sinceramente problemas y soluciones en el campo de la economía, la cultura y las relaciones humanas. (Referido en Brisset, 2016, p. 1)

Si nos remontamos al comienzo, debemos decir que la denominación “documental” proviene de la palabra documento y su utilización en cine estuvo ligada desde el comienzo con las tomas o películas que tenían un lazo directo con la realidad, tal como indica Alejandro Cock (2009) en *Retóricas del cine de no ficción postvérité*. En ese mismo camino, Arnau Gifreu (2013) señala que “es este estatuto de documento el que

marcará las discusiones teóricas en torno al documental y su conformación como discurso de la realidad” (p. 41).

Se considera al famoso documentalista británico John Grierson el “padre” del término, siendo el primero en utilizarlo al referirse a la película *Moana*, de Robert Flaherty, como una obra de “valor documental”. Grierson le dedicó al director el artículo *Postulados del documental*, donde completa una serie de características que serían propias de esta forma de registrar con la que trabaja Flaherty. Grierson (1932) considera allí que en el documental es central el material recogido en el terreno mismo —al que el director llega a conocer profunda e íntimamente—. En segundo lugar, Grierson señala que para lograr revelar la realidad de un tema de manera más explosiva, no basta con la mera descripción y fotografía de la vida natural y que a eso hay que sumarle “la yuxtaposición del detalle”, que consigue que de la descripción de la realidad se desprenda una interpretación. El documental, entonces, para Grierson es el “tratamiento creativo de la realidad, en el que el montaje de secuencias debería incluir no solo la descripción y el ritmo, sino el comentario y el diálogo” (Referido en Gifreu, 2013, p. 43).

Otra aproximación importante al concepto de documental, que ha tenido mucha repercusión en la comunidad internacional y que aporta nuevas perspectivas, es aquella de Bill Nichols, teórico y crítico de cine. Nichols (1991) sostiene que “el documental es una institución proteica, consistente en un corpus de textos, un conjunto de espectadores y una comunidad de practicantes y de prácticas convencionales que se encuentran sujetas a cambios históricos.” (Referido en Gifreu, 2013, p. 44). Esa triple definición toma en consideración, como vemos, tres aspectos fundamentales: el realizador, el texto y el espectador. Lo que Nichols deja en claro en esta definición es la idea de que tanto el documental como su definición no pueden ser materia inamovible e inapelable. Su definición está atada a la percepción de esa naturaleza dialéctica del documental y lo que conduce a proponer una definición que aborde los aspectos más importantes y no a captar su esencia ontológica. Además de contemplar el argumento y el estilo, para el autor es importante hablar de documental como construcción social, como una producción que más allá de ser artística pueda, a través del relato, intervenir en la naturaleza social cambiante. A su vez, en este modelo, el espectador no se encuentra ocupando rol pasivo; al contrario, se plantea una relación con el realizador: la idea es que la película pueda provocar una reacción en el que la ve y que de allí se desprenda una

acción sobre la realidad social. Para Nichols, los documentales son transmisores de acción e intervención, de poder y voluntad.

El género documental es sin dudas una de las herramientas más potentes para contar historias de no ficción sobre la realidad. Sus múltiples aplicaciones han hecho del documental un elemento fundamental en la industria del cine. La “evolución” del documental vista así, en ese desplazamiento desde la representación de la realidad a su ordenación, o, finalmente, a una negociación de la realidad, no se ha dado, sin embargo, de forma cronológica. En cambio, resulta esencial comprenderla como una serie de movimientos y tendencias que pueden cohabitar no solo en una misma época, sino también incluso en un mismo documental.

2.3. Documental: categorías o modalidades de representación

Bill Nichols (1991, 2001) ha planteado seis categorías de representación documental teniendo en cuenta el modo de registro y la narratividad. Las modalidades planteadas por el autor han surgido en determinados momentos de la historia del documental y continúan existiendo en la actualidad. Aunque sean diferentes, no implica necesariamente que entre ellas no se combinen, sino todo lo contrario: muchas veces se utilizan recursos de una en otra. La existencia o aparición de un nuevo enfoque no conlleva la desaparición del otro, sino que es parte del proceso exploratorio que se hace al momento de encarar una realidad y encontrar la forma que se considera más adecuada para representarla. Habiendo aclarado esto, las distintas modalidades de representación de un documental según el autor pueden ser:

- *Modalidad expositiva*: se atienen a esta clasificación los documentales de corte clásico en los que las imágenes ilustran el argumento. Esta clasificación está centrada en la retórica y la narratividad y deja de lado la parte estética del relato. Los documentales expositivos pretenden mostrar relatos objetivos. Un ejemplo de esta modalidad es la obra de Robert Flaherty y todos los documentales de corte antropológico.
- *Modalidad poética*: esta categoría se vincula con la vanguardia y el uso de representaciones de otras artes en las películas documentales. No se centra en el relato o en la búsqueda de la información sino que las imágenes intentan transmitir

estados de ánimos, sensaciones. El cine documental de Walther Ruttmann, Jean Vigo y Joris Ivens son ejemplos del modo de narrar poético.

- *Modalidad reflexiva*: se insta al espectador a poner su atención en la forma con la cual el documental narra el relato, el modo que elige el director para representar la realidad. Se intenta dejar expuesto el modo de representación que se elige. Se trata de la modalidad más introspectiva: utiliza muchos de los recursos de otros tipos de documental, pero los lleva hasta el límite, para que la atención del espectador se centre tanto sobre el recurso como sobre el efecto. La obra de Dziga Vertov es un ejemplo de documental reflexivo.
- *Modalidad observacional*: surge del descontento con la cualidad moralizadora del documental expositivo. Esta nueva modalidad hace hincapié en la no intervención del realizador y en ceder el “control” a los hechos que suceden delante de la cámara. El Cinema Verité y el Cine Directo son corrientes en las que predominaba el estilo observacional.
- *Modalidad participativa*: se deja entrever la relación que se genera entre el documentalista y el sujeto filmado. El director participa en el ámbito que registra, gana la experiencia directa y la refleja a partir del cine. Se expone claramente la perspectiva del que filma y de ahí que difiere del modo observacional. Algunos exponentes de este modo de hacer documentales son Emile de Antonio y Connie Field.
- *Modalidad performativa*: se produce un cuestionamiento a la forma tradicional de hacer documental y los límites fijos entre ficción y no ficción. El documental bajo esta modalidad se preocupa por la expresividad y la retórica y no solo por la representación de la realidad. El énfasis se desplaza hacia las cualidades evocadoras del texto, y no tanto hacia su capacidad representacional. Un director que representa este modo de hacer cine documental es Michael Moore.

2.4. Documental: no ficción y ficción

Al hablar del género documental, nos introducimos en una discusión de géneros más amplia; la diferencia que existe entre *ficción* y *no ficción*. Inicialmente en la cinematografía, antes de que se comenzara a conceptualizar la idea de documental como formato, los géneros que no seguían las narrativas ficcionales, por oposición a ellas, se enmarcaban bajo la definición de “no ficción”. Estas definiciones o divisiones se volvían

necesarias para la industria cultural que nacía y necesitaba de segmentos para poder progresar. Las ficciones seguían líneas argumentales claras y tenían grandes puestas en escena, mientras que dentro de la no ficción se encontraban los documentales, los reportajes, los informativos, los registros sobre la naturaleza, entre otras producciones. Con el progreso del cine, nacieron nuevos lenguajes narrativos que pusieron en disputa esta división acotada.

El concepto “documental” en la teoría tradicional quedó anclado, como revisamos, a la idea de la no ficción. En contraposición, la teoría contemporánea sostiene que no se puede hacer una diferenciación clara entre documental y cine de ficción. Las producciones muchas veces comparten lenguajes y es muy común el intercambio de recursos entre los géneros. La ficción se acerca muchas veces al realismo y el documental recurre a distintas puestas en escena. La hibridación es una constante en la actualidad y las narraciones superan formatos y soportes tradicionales.

2.5. Recorrido histórico del documental

Desde su surgimiento, y como ya hemos mencionado, el género documental ha sido un territorio difícil de delimitar. Igualmente, con el transcurrir del tiempo se puede hablar de distintas etapas o momentos del género que atienden a la manera en que los documentales se han hecho eco de la realidad, al uso de diferentes recursos, al manejo de la cámara, a la elección de las temáticas abordadas, a las hibridaciones entre géneros, etcétera. En un recorrido histórico intentaremos repasar algunos de los momentos más característicos para el género.

2.5.1. El inicio: 1890-1910

Los hermanos Lumière, pioneros del cine, inventaron el cinematógrafo y con él se realizaron las primeras proyecciones documentales en el año 1895. Los primeros registros eran de la vida cotidiana y se proyectaban para las nuevas audiencias que nunca habían visto imágenes en movimiento. La primera presentación fue el 28 de diciembre de 1895 en la que se proyectó una serie de imágenes documentales sobre la llegada de un tren. Anécdota que quedó en el imaginario al conmocionar a los espectadores que creyeron que era real.

Las temáticas de las primeras proyecciones giraban en torno a cuestiones folclóricas y costumbristas, eran escenas naturales no modificadas. Desde el inicio se generó la idea de veracidad de lo documentado, el espectador creía en lo que veía, y lo que contaba el narrador en un documental era la realidad puesta al alcance de cualquiera.

Apoyándose en la creación del cinematógrafo y la aparición de los documentales, surgieron los noticieros, como una continuidad del trabajo de los hermanos Lumière. Comenzaron a proyectarse hechos noticiosos y acontecimientos políticos, económicos y sociales. En esta etapa también comenzaron a tener lugar los documentales de viajes o *travelogues*.

2.5.2. Cine documental: 1910 – 1930

En la década del 30 se produce una renovación total del lenguaje documental con la introducción del sonido. Importantes documentalistas han marcado esta etapa con sus diversos modos de acercarse a la realidad.

i. Cine-Ojo

Dziga Vertov es el mayor exponente de este modo de hacer películas. La cámara retratando la realidad sin mediaciones era la forma de documentar de Vertov: la cámara como el ojo que todo lo ve y mira la realidad y las transformaciones de la sociedad sin distanciamientos. Apelaba al montaje para la construcción del relato a través de la unión de imágenes que se convertían en un nuevo discurso.

En época de la Revolución Rusa, y como activista, realizó dos de sus grandes obras: Aniversario de la Revolución en 1919 e Historia de la guerra civil de 1922. Además del registro de cámara, en estas películas utilizaba material de archivo, siempre en función de documentar la realidad de un modo fiable.

Es el pionero del Cine Verdad y captaba la realidad alejándose de las escenas armadas. Funda el Grupo del Cine Ojo para llevar adelante sus teorías sobre el registro directo de la realidad cotidiana a través de la cámara. Considera que el documentalista tiene un rol importante en la sociedad y vuelca estas ideas en uno de sus films más reconocidos, *El hombre de la cámara*. El documental retrata un día en la vida cotidiana

de Rusia y hace foco en el montaje, que pretende no dejar dudas de que lo que se muestra es lo “real”.

ii. Cine antropológico

El exponente principal del documental antropológico o etnográfico fue Robert J. Flaherty. Su primera obra, *Nanook el esquimal*, filmada en 1922, fue realizada a través del método etnográfico. A través de la convivencia del director con el objeto retratado, el documental registró momentos cotidianos del entorno de los nativos *inuit* de Canadá. Desarrolló un proceso de identificación con el pueblo que registró. A través de la convivencia y la experiencia directa de campo logró familiarizarse con el mundo a retratar. La narración estaba centrada en uno de los integrantes, Nanook.

En 1926 Flaherty finaliza el rodaje de *Moana*, documental también etnográfico que fue el resultado de una convivencia de tres años con los nativos en Bora-Bora. La película narra la forma de vida, la subsistencia, los rituales y la cotidianidad de los habitantes del lugar.

Se podría decir que esto fue el inicio de los documentales etnográficos, en los que se utilizan recursos que aún siguen vigentes. Lo más importante de esta forma de documentar es interactuar con el objeto a retratar para fomentar lazos de cercanía, lo que de algún modo asegura cierta “realidad” del relato. Como señala el mismo Flaherty (2005):

Una hábil selección, una cuidadosa mezcla de luz y de sombra, de situaciones dramáticas y cómicas, con una gradual progresión de la acción de un extremo a otro, son las características esenciales del documental pero no son las características esenciales que distinguen al documental de cualquier film. La característica esencial es que el documental se rueda en el mismo lugar que se quiere reproducir, con los individuos del lugar. (p. 52)

Hacia finales de la década, el formato de documental antropológico quedó en desuso: la aparición del sonido y el auge de los noticieros desplazó la atención de las

audiencias hacia otros espacios. Comienza a surgir entonces el documental de denuncia social.

2.5.3. Cine documental como género: 1930-1940

En el año 1930 se incorpora el sonido de banda sonora a las imágenes, sin poder todavía registrar sonidos directos de la realidad.

i. Documental social

El mayor exponente de la década fue el documentalista John Grierson. Su registro se basa en el *drama* de lo cotidiano. El director, con su trabajo, intenta dar voz a realidades conflictivas e injustas de la sociedad y a las fuerzas sociales que la componen. Para él, el documental es una película en la que se aprecia “un tratamiento creativo de la actualidad”. Como señalamos, se considera que fue el primero en utilizar el concepto de documental, con el que se refirió al film *Moana* de Flaherty.

Sus obras más importantes como director fueron *Drifters* de 1929, *Night Mail* de 1936 —documental que se considera uno de los primeros sonoros con narración escrita— e *Industrial Britain* de 1931 —documental que retrata a trabajadores del ambiente industrial de Inglaterra en los años 30 y las consecuencias de la Revolución industrial—.

En relación al cine documental, Grierson (1998) sostenía una serie de ideas:

Creemos que la posibilidad que tiene el cine de moverse, de observar y seleccionar en la vida misma, puede ser explotada como una forma artística nueva y vital (...) El documental habrá de fotografiar la escena viva y el relato vivo. Creemos que el actor original (o nativo) y la escena original (o nativa) son las mejores guías para una interpretación cinematográfica del mundo moderno. (p. 141)

ii. Documental de propaganda

Como suele suceder, los grandes hitos históricos reconfiguran los distintos universos sociales y el arte no queda afuera. Es así como en la Segunda Guerra Mundial, y en medio de un panorama social convulsionado, el documental pasó a ser utilizado sobre todo como una herramienta de propaganda y educación.

El ejemplo más claro de la época fue la documentalista Leni Riefenstahl, que puso al servicio del régimen Nazi sus producciones, que apelaban a la emoción y a generar efectos de adhesión a la causa de Hitler. Así, dirigió documentales efectistas que quedaron en la historia como *La Trilogía de Núremberg*.

iii. La posguerra

Luego de la Segunda Guerra Mundial, el cine documental retomó algunos géneros que se habían desarrollado antes del período de guerra. Se volvió de algún modo al cine antropológico, con la búsqueda de mostrar la vida en las colonias y rescatar distintas tradiciones culturales. Un ejemplo de ello es el documental de 1946, *Cacería del hipopótamo*, realizado por Jean Rouch, que mostraba el modo de vida de las culturas africanas.

Los cineastas se alejaron del cine de propaganda y algunos documentalistas se abocaron a tareas de investigación y registros científicos.

iv. Documental y televisión

Los años 50 tuvieron la particularidad de la expansión de la televisión, que captó la atención de gran parte de la sociedad, modificando los hábitos de consumo cultural. Los documentalistas comenzaron a producir contenidos que se amoldaban a los nuevos requerimientos y que por lo general tenían que ver con retratos de la naturaleza y la vida salvaje. Walt Disney, por ejemplo, en su faceta como documentalista, realizó tres películas; *La isla de las focas* en 1948, *El valle de los castores* en 1950, y *El desierto viviente* en 1953, que si bien tuvieron éxito en la pantalla grande, fueron especialmente bien recibidas en la pantalla de la televisión. A partir de esas transmisiones, la televisión comenzó a interesarse por el género documental, y apuntó a contenidos preciosistas que intentaban dar cuenta de la “realidad natural”.

Surgió un espacio también para el documental científico, que por requerimientos de la televisión tuvieron que volverse divulgativos para poder tener lugar en los nuevos medios. El perfil fue educativo, y para cumplir con los objetivos de entretenimiento de la época, solían contener dramatizaciones.

Otro género que tuvo auge y tuvo su paso por la televisión fue el documental histórico, que consistía básicamente en un formato tradicionalista; un montaje de imágenes de archivo unidas a testimonios de figuras históricas o fuentes especializadas en distintas temáticas.

2.5.4. Nuevo cine documental: 1960 - 1990

La década de los 60 representó una renovación para el género documental. En estos años hubo muchas innovaciones tecnológicas, tanto en materia de imagen como de sonido, que permitieron un nuevo abordaje de la realidad, por más compleja que esta resultara. Fueron años de mucha producción documental; el constante crecimiento de la televisión y el auge de los programas informativos demandaban reportajes y otros registros.

El cine se empieza a debatir entre modernidad y posmodernidad, y el documental no se queda al margen. El documental moderno continuaba siguiendo la estructura en su relato de introducción, nudo y desenlace, mientras que algunos realizadores iniciaban la etapa posmoderna permitiendo el desplazamiento de los significados en sus relatos y la ruptura espacio-temporal, y utilizando la intertextualidad como nuevo recurso. Las temáticas que más se abordan en los documentales por estos años eran los supuestos temas postergados por instituciones políticas y religiosas: era el momento de abordar minorías étnicas, historias mínimas y olvidadas que daban como resultado el auge del retrato de “lo verdaderamente cotidiano”. La vida de todos los días era accesible en medio de la era de la reproductibilidad técnica que vaticinaba Benjamin.

Estos años vieron sucederse varios movimientos cinematográficos.

i. Free cinema

Fue un movimiento británico cuyos documentales se centraban en la realidad social. Se buscaba dar voz a los excluidos del sistema y se intentaba hacerlo directamente desde la voz de los protagonistas para evitar diversas interpretaciones. De ese modo, las producciones rompían con el lazo autor-intérprete, y su modo de operar en el medio era a través de la observación; las narraciones eran expositivas.

Fue un movimiento independiente de protesta hacia la burguesía y la sociedad individualista y mecanizada. El mayor aporte del Free cinema fue el traspaso de un documental que hablaba sobre distintos protagonistas a un documental en el que los protagonistas tenían voz propia.

ii. Cine directo

Fue un movimiento documental que surgió en Norteamérica, entre 1958 y 1962. La idea principal del Cine directo, era captar la realidad con el mínimo de perturbación posible. Se buscaba un realismo cinematográfico.

El movimiento se apoyó en el desarrollo tecnológico de la época. Las cámaras redujeron su tamaño y peso, con lo que se volvieron más fáciles de manipular, permitiendo a los cineastas acercamientos más íntimos y testimoniales. Además, se logró la sincronización del sonido con la imagen, lo que ayudaba en la idea de la transmisión de veracidad.

iii. Cinema Vérité

Como el nombre lo indica, el movimiento se interesaba por el cine “verdad”. Surgió en Europa como una reacción a la narrativa y puesta de escena de Hollywood.

Fue Jean Rouch con su película *Moi, un noir* de 1958 uno de los exponentes más importantes del movimiento. Durante más de seis meses, el director siguió con su cámara a un grupo de jóvenes nigerianos inmigrantes que buscaban oportunidades en Costa de Marfil. Rouch les propuso hacer la película sin imponer ningún tipo de guion o narrativa, sino dando a los jóvenes el derecho a decir y a tener plena libertad en sus acciones.

La cámara en el Cinema Vérité actúa como catalizadora de situaciones, hasta provocando muchas veces al espectador que está de otro lado. A diferencia del cine etnográfico, no se busca ser parte del objeto retratado, sino que se intenta captar “lo real” sin ser observado, es decir, sin ser parte del registro.

2.5.5. Neo documental y cine de no ficción: 1990-2000

A partir de la década del 90, comienza una renovación dentro del género, una nueva estética del documental. Dentro de los motivos están los avances tecnológicos, con la digitalización en alta definición y el uso de la informática que comenzó a facilitar la tarea del montaje. Además, el equipamiento comenzó a ser más accesible, la oferta comenzó a ser mayor con menores costos, lo que impulsó nuevas olas de cineastas.

De la mano de estos avances y progresos, surgieron experimentaciones dentro del género que permitían narraciones con nuevas intencionalidades y recursos. La combinación de soportes, el uso de imágenes de archivo y la apertura creativa dieron lugar a géneros como el *found footage*, que se vale de imágenes de archivo o “imágenes encontradas”, o el falso documental, que se presenta y registra como una ficción, pero

abordando situaciones de la “vida real”. Se basa en la sucesión de acontecimientos falsos, a partir de las técnicas y los mecanismos propios del género documental, lo que genera a veces parodias que cuestionan la objetividad y las características esenciales del género en sí.

Son años en los que se desafían las viejas estructuras, en donde se empieza a nombrar al trabajo documental como “cine” y se empieza a hablar de la ética de quien registra la realidad.

2.5.6. Siglo XXI: nuevas narrativas

Sin dudas el siglo XXI estuvo y está marcado por la tecnología y el nuevo “medio digital”. Hay nuevas formas de narrar asociadas a este nuevo panorama, en las que no solo se realizan experimentaciones y mixturas con formatos y géneros, sino que también —y sobre todo— se empieza a experimentar con la capacidad de interactuar con los espectadores y se propician así nuevas formas de producir, distribuir y exhibir documentales.

Particularmente dentro del género de no ficción, con el desarrollo del medio digital y el avance tecnológico, el quehacer documental ha encontrado nuevas maneras de contar y registrar la realidad. La digitalización y la inmediatez han logrado que la manera de producir se expanda y que existan nuevas formas de mostrar: documentales web, microdocumentales para nuevos soportes, hibridaciones de géneros.

Las formas tradicionales de hacer documentales coexisten así con nuevas narrativas: el documental interactivo o transmedia, que no es más que el quehacer documental en este nuevo medio o ecosistema digital, es una de ellas y quizás la que más cambios ha introducido en el mundo audiovisual y particularmente en la especie documental. Las características del documental interactivo, así como la implicancia de la aplicación al mismo de narrativas transmedia, se desarrollan en los próximos capítulos.

CAPÍTULO 3.

EVOLUCIÓN DEL MEDIO DIGITAL

3.1. La evolución digital

En la tesis doctoral *El documental interactivo como nuevo género*, Arnau Gifreu (2013) considera que para emprender la tarea de definir qué es el documental interactivo y cómo se constituye históricamente es necesario analizar de manera conjunta y cronológica el proceso evolutivo que se dio tanto en el terreno del documental como en el del medio digital. Por eso, siguiendo su línea de análisis y para comprender las características y posibilidades de un producto documental interactivo, ya hecho brevemente el repaso concerniente a la historia y conceptualización de los documentales, expondremos ahora la evolución del escenario mediático digital, especialmente en su etapa más determinante y que definió los cambios importantes, según caracterizan esta etapa diversos investigadores.

3.1.1. El medio analógico y el medio digital

A pesar de que suele asociarse mayormente con la aparición y distribución masiva de la tecnología de computadoras personales y de Internet, el medio digital empezó a desarrollarse mucho antes y podemos considerar sus orígenes en los trabajos del matemático Charles Babbage —considerado el padre de la computación—, que dedicó sus esfuerzos al diseño de máquinas capaces de procesar cálculos entre 1812 y 1871. Ese primer antecedente más los trabajos realizados por investigadores como Herman Hollerith, Alan Turing, Norbert Wiener, Claude Shannon, etcétera, constituyen las bases del medio digital tal como lo conocemos hoy en día.

La idea del medio digital implicaba un cambio con respecto a la lógica analógica y su enorme influencia, y como tuvimos oportunidad de sugerir en el apartado anterior, alcanzó también a modificar radicalmente el panorama o ecosistema de medios, incluyendo al mismo documental.

Se define a la electrónica digital como la rama de la electrónica más moderna, en contraposición a la electrónica analógica, y que evoluciona más rápidamente. Se encarga de estudiar los:

Circuitos digitales o lógicos, llamados así porque trabajan con señales que pueden adoptar uno de dos valores posibles, alto o bajo (...). Puede definirse la electrónica digital como la parte de la electrónica que estudia los

dispositivos, circuitos y sistemas digitales, binarios o lógicos.” (Avecilla, s.f., p. 2)

Esto, a diferencia de los sistemas analógicos donde la información toma un rango continuo y amplio de valores.

Los sistemas digitales emiten señales digitales en las que cada signo puede ser analizado en términos de algunas magnitudes que representan esos valores discretos. Tal como un interruptor de luz que, aunque su señal físicamente no sea discreta, la discretiza tomando solo dos valores —abierto o cerrado— que se traducen en que la lámpara esté encendida o apagada. Los sistemas digitales utilizan la lógica de dos estados representados por dos niveles de tensión eléctrica y se traducen en dos valores abstractos: ceros y unos.

La diferencia primordial entre el medio analógico y el digital consiste en que el primero funciona replicando información mediante el esquema clásico de transmisión física, en el que un modelo o realidad es reproducido mediante un proceso físico en otro sistema distinto al que lo había generado, como el caso del fotógrafo que replica la imagen del rollo de su cámara en distintas copias en papel luego de seguir un proceso de revelado que le permite reproducir en otro soporte la información física “impresa” en el rollo.

En el medio digital, en cambio, en vez de hablar de un proceso de réplica hablamos de uno de “conversión”: las magnitudes del tipo físico se convierten en parámetros numéricos de tipo binario —las señales digitales— y, entonces, “durante el proceso de conversión digital, elementos de diferente naturaleza física como textos, imágenes o sonidos, terminan convertidos en bits de información” (Gifreu, 2013, p.58). Así, la fotografía que apreciamos desde el visor de imágenes de nuestra computadora es resultado de una conversión de información digital —conjuntos extensos de ceros y unos— y no de una réplica física.

En el plano de la producción, edición y distribución de la información, la digitalización constituye un fenómeno fundamental, con una serie de características que influyeron en los medios, nuevos y preexistentes a este proceso. Estas características a menudo son analizadas en relación con las ventajas que presentan el diseño y utilización de sistemas digitales en comparación con los analógicos. Entre las ventajas, se enumeran las siguientes:

1. Las señales digitales pueden ser amplificadas y reconstruidas gracias a los sistemas de regeneración de señales.

2. En la recepción, a las señales digitales pueden detectárseles y corregírseles errores mediante sistemas especiales para esta tarea.
3. La señal se procesa fácilmente.
4. En los formatos de discos ópticos, se pueden generar infinitas señales digitales con pérdidas de calidad mínima.
5. El ruido ambiental les impacta de manera drásticamente menor que a las señales analógicas, y se registra menor interferencia.

Pero también a las señales digitales se le marcan desventajas:

1. Que necesitan una conversión analógica-digital previa y luego, en la recepción, una decodificación posterior.
2. La necesidad de una sincronización precisa entre los tiempos del reloj del transmisor y del receptor.
3. El paulatino aumento de pérdida de calidad respecto de la señal original.

En un similar orden de cosas, Arnau Gifreu (2013) resume en una serie de puntos las particularidades que hacen de los sistemas digitales un hecho fundamental en el panorama de medios y lleva su análisis más allá de sus implicancias en el plano puramente técnico-informático. Como primer punto, Gifreu anota que la digitalización de los sistemas y las señales implica la posibilidad de manipular y reproducir información al infinito gracias a los soportes textuales basados en un código binario. En segundo lugar, que estos sistemas digitales necesitan de dispositivos que producen y distribuyen información a partir de códigos binarios. Además, la utilización de los sistemas digitales favorece la existencia de redes que permiten el intercambio de información. En un plano más general, Gifreu también resalta que la digitalización trae consigo nuevas formas de organización de la producción (que llama “empresa-red”) y nuevas lógicas de creación y transmisión de la información (“red punto a punto”, “código fuente abierto”); y que en este panorama se dan procesos de convergencia en distintos niveles: de lenguajes, de medios y de empresa. El tema de la convergencia será revisado más adelante.

3.1.2. El salto digital: Internet

Incluso reconociendo la extensa historia del medio digital, marcada por innumerables momentos paradigmáticos como el desarrollo de la ingeniería que hizo posible la tecnología de computadoras, podemos aseverar que el medio digital toma un

impulso espléndido a partir de los años 90, especialmente luego de la socialización de los experimentos que dieron nacimiento a la World Wide Web. Esta aseveración está basada en algunas de las características que Gifreu marca para describir al medio digital, que anteriormente revisamos, y que son primordiales para identificarlas; pero especialmente en una de esas características: que el medio digital es capaz de generar redes de intercambio de información. La presentación oficial de Internet implica, desde nuestro punto de vista, el momento en que el medio digital abre la puerta más importante, en el Siglo XX, para la construcción de redes de intercambio de información.

Especialmente desde la década de 1980, cuando se comercializa la primera computadora para el uso doméstico, distintos ingenieros, estudiantes e investigadores manejaban la programación digital binaria para modificar o mejorar el uso personal de sus máquinas. El código abierto de la WWW permitió la rápida evolución y crecimiento de Internet y fue desde el comienzo, por lo tanto, un experimento propenso a la construcción colectiva y abierto a los aportes de los más diversos investigadores y técnicos. Durante el transcurso de los años siguientes, Internet resultaría una tecnología muy accesible para muchas personas.

Como señala Arnau Gifreu (2013), a partir de los años 90 una serie de elementos se conjugaron para modificar radicalmente el ecosistema de medios tal como se lo conocía antes: el desarrollo de Internet en primer lugar — y por lo tanto, de las posibilidades de conectarse con otras personas, intercambiar información y crear grandes bases de datos accesibles para cualquiera—, la aparición de la WWW como la red de redes y aglutinante de cantidades enormes de producciones digitales en línea, el acceso cada vez más masificado a las computadoras personales, la creciente evolución de las PC que hizo converger en sus pantallas formatos — antes asociados estrictamente a ciertos soportes— como el video, la imagen, el sonido y el texto. Todos esos fueron los factores que consiguieron que en un par de decenas de años el medio digital pegara el gran salto, incorporando además al ecosistema de medios una característica crucial: la interactividad.

La revisión histórica de este período fundacional nos ayudará a comprender la implicancia de la expansión del medio digital interactivo y su enorme influencia en los modos de producción y distribución de las piezas de comunicación.

3.2. El medio digital en red

Como explica Zanoni (2008), en los años 60 y 70 pueden encontrarse los primeros ensayos teóricos y técnicos sobre entornos digitales interconectados. En particular, la

primera propuesta teórica que pensaba en la conformación de una red de computadoras basada en una idea de “red galáctica” es la formulada por Joseph Licklider. Este investigador participa en 1963 de un foro organizado por la ARPA (Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados, DARPA por sus siglas en inglés), en la que introduce su idea. La ARPA había sido creada por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos en 1959 y tenía como interés y objetivo el desarrollo de tecnologías de la información.

Durante los años sesenta, mientras nuevas investigaciones proponían los modos técnicos que podrían permitir el establecimiento de conexiones y redes, la ARPA incrementó su interés en crear una red de computadoras y finalmente en 1968 el plan para conseguirlo ya estaba completo y aprobado.

ARPANET, el antecedente de Internet tal como lo conocemos hoy, fue el resultado de los planes ideados por la ARPA y estableció la primera conexión entre computadoras en 1969, que comunicaba tres universidades de California, en Estados Unidos. Luego de su presentación pública en 1972, se inició un proyecto para interconectar redes de distinto tipo, y el protocolo NCP (Network Control Program; en español, Programa de Control de Red) —que había sido la base de las comunicaciones entre sistemas pertenecientes a ARPANET hasta 1981— fue reemplazado por los protocolos TCP/IP, que permitieron un mejor crecimiento de la red. Fue de la filosofía de este proyecto que surgió el nombre de Internet, que designa al sistema de redes interconectadas por los protocolos TCP/IP.

3.3. La red de redes

El investigador británico Tim Berners-Lee, que hasta 1980 ya había estado involucrado en algunos proyectos de distribución de información en el CERN (*Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire*; en español, Consejo Europeo para la Investigación Nuclear), trabajó durante los diez años siguientes en un proyecto basado en el uso del hipertexto. El hipertexto es la organización de “una base de información en bloques distintos de contenidos, conectados a través de una serie de enlaces cuya activación o selección provoca la recuperación de información” (Díaz en Bianchini, 1999). Justamente, lo que pretendía Berners-Lee era que los científicos de ese laboratorio de investigación pudieran compartir información, encontrarla y conectarla entre sí.

Con el protocolo TCP/IP ya establecido y nuevamente formando parte del equipo del CERN —que además constituía en esos años el nodo de computadoras

interconectadas más grande de Europa—, Berners-Lee ideó una combinación entre hipertexto e Internet. El CERN fue el lugar donde el británico y otro grupo de físicos desarrollaron el lenguaje (HTML, HyperText Markup Language; en español, Lenguaje de Marcas de Hipertexto) y el protocolo (HTTP, Hypertext Transfer Protocol; en español, Protocolo de Transferencia de Hipertexto) que hicieron posible esta combinación y que derivó en 1989 en su primera propuesta de web. En 1991, con la presentación de un navegador más un servidor de Internet desarrollados por el mismo grupo de investigadores, el proyecto logró su primera puesta *online* y finalmente, en 1993, por decisión del CERN, la web entró en dominio público.

3.4. Evolución e implicancias de las tecnologías digitales

Si son cruciales los desarrollos teóricos que, entre otros logros, culminaron en la presentación pública de la WWW en los años 90 y que se llevaron adelante en el seno de instituciones de investigación, lo aportado en materia de *hardware* y *software* por el asentamiento y crecimiento de las grandes empresas de tecnologías no es menor y, de hecho, constituye una marca distintiva de la mayor parte del desarrollo tecnológico desde fines del Siglo XX hasta ahora.

En este punto es justo aclarar que no estamos presentando al ámbito académico y al comercial como campos opuestos: de hecho, especialmente a partir de los años 90, las empresas comerciales comienzan a trabajar cabeza a cabeza con instituciones e investigadores de prestigio, borrándose muchas veces los límites entre ambas actividades. Al contrario de hacer una oposición entre las tecnologías desarrolladas en ámbitos sin fines de lucro y aquellas que lo hicieron en el seno de empresas comerciales, nos interesa señalar, como bien dijimos, una orientación que comienza a dibujarse desde la última década del Siglo XX: las empresas tecnológicas toman la posta y serán las que destinarán millones en investigación.

La presentación de un panorama evolutivo por décadas pretende reseñar distintos momentos del medio digital que, como ya hemos visto, se caracteriza por exceder las líneas cronológicas. El esbozo de una línea cronológica es, entonces, más bien una suerte de organizador y en ningún caso pretende marcar una evolución lineal y aditiva de las nuevas tecnologías como dice Scolari (2008a) en una especie de cuenta regresiva hacia el paraíso digital. Claro ese asunto, a continuación presentamos un panorama del desarrollo, por décadas hasta la actualidad, de los llamados *nuevos medios*.

3.4.1. Años 70. El salto tecnológico del microprocesador

Durante la primera mitad del Siglo XX probablemente ninguna de las empresas tecnológicas que empezaban a nacer se imaginaba que unas décadas más tarde fabricarían productos para ser utilizados masivamente, a escalas globales y con fines más cotidianos que los imaginados. Pero antes de que esto ocurriera, las empresas debieron lidiar con algunas cuestiones pragmáticas básicas: los costos y tamaños de la tecnología de computadoras.

Hasta la década de 1970, las computadoras eran enormes máquinas que solo podían encontrarse en grandes instituciones y los usuarios eran especialistas que usualmente no interactuaban con la máquina en sí misma, sino que preparaban tareas para la computadora en equipos fuera de línea. Pero un desarrollo crucial fue aportado por Intel, que a partir de noviembre de 1971 comercializó por primera vez en el mundo un microprocesador, el 4004, originalmente diseñado para la compañía japonesa Busicom para ser usado en su línea de calculadoras. A partir de este desarrollo, Intel continuó con la fabricación de microprocesadores más capaces que darían la posibilidad de construir computadoras con un circuito integrado, más chicas y menos costosas.

Con el microprocesador Intel 8080, la empresa consiguió su primer microprocesador con alto impacto en la industria que además constituyó el *corazón* electrónico del famosísimo microordenador Altair 8800, diseñado en 1975 y actualmente reconocido como “la chispa” que condujo a la revolución de las computadoras personales durante los años siguientes. El interés por el Altair 8080, relacionado a su presentación en la portada de la revista *Popular Electronics* junto con cientos de kits para armar destinados a los aficionados, se reflejó en las ventas, que en el primer mes de lanzamiento superó diez veces la cantidad de kits que se habían distribuido. Los encargados del lenguaje de programación del Altair 8080 fueron Bill Gates y Paul Allen, quienes fundaron, al mismo tiempo, Microsoft.

3.4.2. Años 80. Computadoras al alcance de todos

Aunque el término PC (*Personal Computer*; en español, computadora personal) ya se utilizaba desde hacía unos años atrás, fue especialmente asociado a la IBM PC 5150 —un modelo de computadora presentado por la empresa IBM— por el enorme éxito comercial que tuvo a partir de su introducción en el mercado, en 1981. A partir de ese momento, el término quedó muy relacionado a los desarrollos tecnológicos presentados

por ese gigante tecnológico y su primer modelo se considera el predecesor de las actuales computadoras personales y progenitor de la plataforma compatible IBM PC.

De la mano de compañías como IBM y Dell, entre otros fabricantes, el número de computadoras comercializadas en el mundo se multiplicó exponencialmente en una decena de años. La gran aparición de estas compañías tecnológicas se remontaba a mitad de los años 70 pero recién a mediados de los 80, después de diez años de investigación y desarrollo, comenzaron a comercializar los productos resultantes de esa primera etapa. Es durante esos años que, sumado al caso paradigmático del IBM PC, Microsoft lanza, por ejemplo, la primera versión de Windows 1.0 y Apple presenta Hypercard.

3.4.3 Años 90. Novedades en todos los frentes

i) La transformación de la PC en tecnología multimedia

Durante toda la década de los 90 el desarrollo de las tecnologías digitales se dio de manera apabullante e imparable, y esa decena de años constituye probablemente la etapa más determinante en relación al establecimiento del medio digital tal como lo conocemos ahora, debido al afianzamiento y creación de gran cantidad de proyectos tecnológicos.

La fabricación de chips en la rama industrial de la alta tecnología modificó por completo el campo de las telecomunicaciones y permitió acelerar el procesamiento de la información, ayudada por el imparable desarrollo de computadoras. Pero como señala Claudio Katz (1998), los avances centrales “han sido la conversión al formato digital de distintas modalidades de la información (textos, sonido, imágenes) y el espectacular incremento de la capacidad de transmisión logrado con la introducción de la fibra óptica” (p. 2).

Muchas de las tecnologías clave de los años 90 salieron del seno de empresas tecnológicas que ya venían marcando tendencia, como Microsoft o Apple.

Como señalamos, Microsoft había sido fundada por Bill Gates y Paul Allen, que ya habían tenido bastante éxito con el proyecto de lenguaje programado para el microordenador Altair Basic en 1975. Para mediados de los años 80, Microsoft ya había conseguido dominar el mercado de ordenadores personales con el sistema operativo MS-DOS. En los 90 estaría detrás de uno de los hitos tecnológicos de la década: el sistema operativo Windows 95, de entre 16 y 32 bits. Con una interfaz gráfica de usuario y la inclusión de una barra de tareas y el botón Inicio, Windows 95 fue lanzado al mercado el 24 de agosto de 1995 con una fuerte campaña de marketing y constituyó un total éxito de

ventas. Tres años más tarde llegaría Windows 98, con significativas mejoras gráficas y técnicas.

En 1997, Steve Jobs estuvo detrás del éxito de Apple con el lanzamiento del Mac OS 8, un nuevo sistema operativo para los computadores Macintosh y especialmente con la icónica computadora iMac, con carcasa azul y cuerpo curvado y transparente.

Otro de los elementos decisivos durante esta época fue el disco compacto. Aunque fue introducido en 1982, el CD-ROM recién extendió su uso en los 90, cuando a la par de su gran inserción en la industria de la música, se estableció como el principal almacenador de sistemas operativos y programas de computadora. Antes, su uso estaba ligado solo al audio.

Aunque ya en 1984 el promocionado lanzamiento del primer Macintosh de Apple presentaba su interfaz de usuario, sumado al mouse como la gema de la interacción y la puerta a la tecnología multimedia, su relativo fracaso por la compleja adaptación de las previas interfaces textuales basadas en líneas de comandos a la nueva PC postergó la promesa de una computadora personal así. Recién durante la década de los 90 el desarrollo de los entornos gráficos —con Windows a la cabeza— sumado a la fabricación e incorporación a las PC de periféricos más desarrollados como escáneres o altavoces y la explotación máxima de las posibilidades de las CPU —cada vez con mayor capacidad de procesamiento—, permitieron que las computadoras personales alcanzaran un nivel superior al imaginado y pudieran hacer converger en ellas diferentes formatos: la conjugación de texto, audio y video convirtieron a la PC en la gran tecnología multimedia, llena de potencial para crecer.

ii) Servicios de Internet y transferencia

La otra gran cara de los proyectos tecnológicos de los 90 la constituyen las novedades que comenzaban a incorporarse en la red de redes, Internet.

En 1994 la actual empresa de medios Yahoo! fue fundada en Estados Unidos por dos estudiantes de posgrado de la Universidad de Stanford como un buscador en línea y directorio web que fue pionero en la temprana era de Internet. A partir de que cotizó en bolsa en 1996, Yahoo! creció rápidamente y terminó ampliándose, primero creando su propio portal de contenido y más tarde ofreciendo otros servicios, como el de correo electrónico. Para 1998, Yahoo! era la página principal más popular entre los usuarios de Internet.

En 1999, Napster, creado por Sean Parker y Shawn Fanning, apareció en el mercado: se trataba del primer sistema de transferencia de archivos de música en una red P2P. Como lo indica su nombre, *peer-to-peer* (red de pares en español), este sistema de transferencia funciona permitiendo el intercambio directo de información en cualquier formato entre una serie de ordenadores interconectados. De esta manera, Napster introdujo una tecnología que permitía con facilidad a sus usuarios a compartir sus archivos MP3 y a descargar los de otros, lo que originó las protestas de las instituciones de protección de derechos de autor. Años más tarde, la transferencia P2P generaría una crisis en el mercado de comercialización de contenidos, con represalias mediáticamente conocidas, como el famoso arresto del creador de Megaupload.

3.4.4. Años 2000

i) Evoluciones

En la primera década del Siglo XXI continúa la expansión de las tecnologías de computadoras e Internet. También se asiste al desarrollo de la telefonía móvil. Aunque las novedades que más nos interesan de esta decena de años están relacionadas sobre todo a ciertos cambios de concepción y al afianzamiento de usos específicos que comienzan a darse en la red y que son la piedra fundacional de lo que se llamó la era del 2.0, corresponde primero repasar brevemente algunas evoluciones importantes en el panorama de medios.

En términos estadísticos, para el 2001, la cantidad de computadoras personales vendidas en el mercado pasó de 48 millones en 1977 a 125 millones, y según la consultora Gartner Dataquest, por ejemplo, en el 2002 “casi la mitad de todos los hogares en Europa occidental tenía un computador personal y un computador podía ser encontrado en el 40 por ciento de hogares en el Reino Unido, comparado con solamente un 13 por ciento en 1985” (BBC News, 2002). Por otro lado, 2008 marcó el año en que en Estados Unidos se vendieron más computadoras portátiles que PC de escritorio, según datos aportados por IDC (International Data Corporation).

También en materia de hardware se fortaleció el uso de la conectividad *Plug and Play* (en español, enchufar y usar) que venía desarrollándose desde 1990 cuando cada vez más ordenadores comenzaban a incluir los *Universal Serial Bus* (en español, puerto serial universal, USB por sus siglas en inglés) para conectar la computadora con dispositivos periféricos como cámaras de video, impresoras, escáneres y otros. Es así que para los primeros años del Siglo XXI todas las computadoras disponibles en el mercado incluían

por lo menos dos *buses* USB. Aprovechando la capacidad de los puertos USB, las empresas Trek Technology e IBM comenzaron en el año 2000 a vender las primeras unidades de memoria que utilizaban esta conectividad y que funcionaban con la novedosa tecnología flash: las memorias USB o flash hacían posible, en la misma operación, la lectura y escritura de múltiples posiciones de memoria, con velocidades de funcionamiento superiores a la primigenia tecnología EEPROM que solo permitía actuar sobre una única celda de memoria en cada operación de programación.

También a comienzos del 2000 la tecnología wifi comenzó su expansión. El wifi es un mecanismo que permite la conexión de dispositivos electrónicos habilitados, desde un punto de acceso de red inalámbrica, a Internet. Esta nueva tecnología surgió por la necesidad de establecer un mecanismo de conexión inalámbrica que fuese compatible entre distintos dispositivos. Tras ese objetivo se unieron varios gigantes tecnológicos como Nokia, Lucent Technologies o Symbol Technologies para crear la *Wireless Ethernet Compatibility Alliance*, actualmente llamada Alianza Wi-Fi, que creó la marca registrada Wi-Fi y que certifica los productos Wi-Fi si se ajustan a ciertas normas de interoperabilidad.

ii) La evolución de la telefonía móvil a la telefonía móvil inteligente

Por último, y aunque este breve repaso de las evoluciones de la época no pretende en absoluto ser exhaustivo, resulta importante incluir la impresionante evolución de los teléfonos móviles, que en pocos años demostraron su potencial para ser el *hipermedio* sucesor de la PC.

La tecnología de comunicación celular era un concepto conocido desde la década de 1960 por todas las compañías de comunicación, pero su desarrollo, tanto técnica como económicamente, no resultaba lo suficientemente rentable para ninguna, por lo que pasaron varios años hasta que la idea comenzó a parecer posible.

El teléfono móvil funciona estableciendo comunicación con una estación base y, a medida que se traslada, los sistemas que administran la red van transmitiendo la llamada a la siguiente estación base sin que el usuario lo note. De este modo, las estaciones base forman una red de celdas, sirviendo cada estación base a los equipos móviles que se encuentran en su celda.

En 1983 Motorola presentó el primer teléfono que utilizaba tecnología celular: el Dynatac 8000x pesaba 800 gramos, medía 33 por 4,5 por 8,9 centímetros y costaba, en la fecha en que salió a la venta, 3.995 dólares. En un año, ese teléfono fue adquirido por

alrededor de trescientas mil personas, un fenómeno que dejó entrever el interés de la gente por la telefonía móvil.

Para la década de 1990 se desarrolló la segunda generación de teléfonos móviles, que, a grandes rasgos y acompañando la época, significó el traspaso de las comunicaciones analógicas a las digitales e implicó, por lo tanto, la construcción de antenas que permitieron una mayor calidad en la recepción de la voz. Adicionalmente, esta generación introdujo la tecnología SMS o de mensajería instantánea. Las redes 2G cumplían el propósito de mejorar los aspectos más básicos de la comunicación móvil, pero a medida que el uso de celulares creció y el aparato se incorporó como una función cada vez más importante en la cotidianidad de las personas, quedó claro que no eran suficientes para la demanda de transmisión de datos —como el acceso a la navegación en Internet—, que comenzó a crecer.

La tecnología 3G inauguró, recién comenzado el Siglo XXI, la tercera generación de teléfonos celulares, que presentó avances significativos y modificó la industria con respecto a sus predecesores: por primera vez fue posible el *streaming* de radio —y en algunos casos de televisión— en un celular, y se expandieron las posibilidades de uso de los teléfonos por redes preparadas para la navegación en Internet. Antes de terminar la década del 2000, se presentó la red 4G, preparada para una cuarta generación de teléfonos, e implicó unas velocidades de conexión mayores.

En suma, en unas decenas de años, la evolución que protagonizaron los teléfonos móviles convirtió a este aparato en un medio que traspasó las funcionalidades de un teléfono convencional: no solo se convirtió en una decente cámara de foto y video, agenda electrónica, consola de videojuego, reproductor multimedia y radio portátil; también se aprovechó la tecnología celular para convertirlo en una herramienta de comunicación clave, capaz de estar conectado a la red, portátil y pequeño, con la capacidad de permitir al usuario instalar programas adicionales que expanden las posibles aplicaciones de un teléfono en diferentes terrenos. El resultado de esta evolución del teléfono móvil son los conocidos teléfonos inteligentes (*smartphones* en inglés), un término que se utiliza con fines comerciales, y hace referencia a la capacidad de usarse como un computador de bolsillo.

a. Las aplicaciones móviles

Una vez dada la posibilidad de conectar el teléfono a Internet, el crecimiento de las funciones de los teléfonos creció casi como algo natural, y así como ya había pasado

con las computadoras personales a las que era posible abrir su abanico de usos instalando programas según el interés —reproductores de música, editores de video, juegos, etcétera—, con los celulares sucedió lo mismo: para ello el usuario solo precisaba ingresar a la *App Store* (en español, tienda de aplicaciones) correspondiente.

A diferencia de *aplicación* —término más genérico que puede referirse tanto a aplicaciones de PC como Microsoft Word, como a aplicaciones web como Facebook— *app* es un término en inglés utilizado para designar las aplicaciones informáticas diseñadas para su ejecución específicamente en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. El origen de esta denominación es, por eso, más bien considerada estratégica y corresponde especialmente a la época del comienzo del auge de las aplicaciones móviles, con el lanzamiento en el año 2008 de la App Store de Apple, a la que seguiría Google con su Google Play Store. Las aplicaciones para dispositivos móviles permiten al usuario agregar funcionalidades a su equipo para efectuar tareas concretas que pueden ser profesionales, de ocio, educativas, etc.

iii) Web 2.0 e interactividad

a. La burbuja Punto Com

Para mediados de los años 90 Internet no solo era un hecho: también representaba la realización de un ideal de conexión con cuyos beneficios se había especulado durante años y que ahora parecían posibles. Con Internet en la cresta de la ola, entonces, aparecieron miles de empresas vinculadas al sector que rápidamente comenzaron a cotizar en la bolsa y que prometían grandes ganancias a quienes invirtieran en acciones. Especialmente entre 1997 y 2001, los valores de estas empresas subieron en un contexto de especulación financiera que las ponía en un lugar de privilegio para hacer negocios, tanto así que se hablaba de la “Nueva Economía”, asentada sobre las bases de estas empresas llamadas *punto com*. Pero en un par de años, la quiebra de muchas de ellas — en datos, entre los años 2000 y 2003, cerca de cinco mil compañías desaparecieron— rompió bruscamente la burbuja especulativa y las bolsas de valores nacionales en las que se había apostado por estas empresas cayeron irremediamente, generando por primera vez más preguntas que certezas acerca de las bondades de Internet.

b. La web 2.0

Aunque no suele ser muy considerado en las reseñas históricas de la evolución de Internet, el término de web 2.0 tiene su origen en el contexto de la crisis que se generó luego de la explosión de la burbuja creada por las empresas *punto com*. El propio Berners-Lee, honrado por la comunidad con el título de “padre de Internet”, es crítico del concepto de web 2.0 tal como se lo expone: considerado una evolución favorable y con base en un ideal de construcción de comunidad. Berners-Lee incluso señala que esa filosofía que se le endilga a esta “segunda generación” de la web estaba presente desde los inicios de Internet y que no corresponde una novedad, y advierte acerca de la ideología que subyace a la introducción del término. Por su parte, Carlos Scolari (2008b), que también revisa el concepto de web 2.0, encuentra que este tipo de denominación basada en el software (tal como se denomina a las actualizaciones sucesivas de los programas a las que van asignándoles números como 1.0, 2.0, 3.0, etcétera) “está cargada de una ideología comercial fundada en el principio de la obsolescencia planificada” (p. 201) que no ayuda a una lectura crítica, y agrega:

No podemos dejar escapar la oportunidad de reflexionar sobre las concepciones lineales del desarrollo tecnológico. Las denominaciones «web 2.0» (O'Reilly, 2005) o «periodismo 3.0» (Varela, 2005) nos remiten a la aparición de sucesivas versiones de un software (por ejemplo la serie Photoshop 1.0, 2.0, 2.5, etcétera). Pensamos que esta visión es reduccionista: el universo comunicacional no puede ser comprendido plenamente si lo analizamos como una serie lineal de tecnologías que van apareciendo como oleadas (tal como hace Ortoleva, 1995). En lugar de metáforas lineales que consideran al desarrollo tecnológico como una sucesión de olas, quizá convenga recuperar la metáfora que nos acompaña desde las primeras páginas de este libro. En ese caso se podría decir que estamos en presencia de un ecosistema donde la aparición de nuevas especies —las tecnologías colaborativas— modifica al entorno al entrar en relación con las entidades que ya lo habitaban (por ejemplo las tecnologías del broadcasting). (Scolari, 2008, p. 201)

Efectivamente, la historia de la web 2.0 se remonta a 2004, y como señala Gabriel Pérez Salazar (2008), su definición inicial “puede ser ubicada dentro del contexto general de la denominada sociedad de la información con base en algunas de las posturas más

optimistas y tecno-deterministas relacionadas con este modelo hegemónico de desarrollo” (p. 58). Todo inició cuando Tim O’Reilly, fundador de la empresa californiana O’Reilly Media, empresa dedicada a la organización de eventos, publicación de materiales impresos y sitios web —todos relacionados principalmente con la computación y los negocios en redes—, utilizó el término web 2.0 como un título que buscaba ser llamativo en una conferencia sobre la evolución de la WWW y sus potencialidades para hacer negocios. En este contexto, hablar de una segunda generación de Internet era una idea íntimamente conectada a la necesidad de dar por cerrada la crisis y el colapso de las *punto com* en la bolsa y de hacer notar que, como un ave fénix, la web, al contrario de lo que se pensaba, según las propias palabras de O’Reilly, “era más importante que nunca, con nuevas y excitantes aplicaciones y sitios apareciendo con sorprendente regularidad” (Referenciado en Pérez Salazar, 2008, p. 59). Así fue como, casi sin querer, el término se expandió de manera incontrolable; tanto que, como el propio O’Reilly admite, las características que se le atribuían muchas veces no coincidían entre las distintas definiciones.

Lo cierto es que más allá de la inicial intención casi publicitaria del término web 2.0, se fue forjando desde la teoría una diferenciación entre la web de los orígenes y esta otra en la que comenzaban a prosperar formatos más interactivos y de comunidades. Así, en general existe un acuerdo en definir la web 2.0 como diferente de su antecesora por una serie de aspectos cruciales: principalmente suele anotarse como característica de la web 1.0 que esta utilizaba páginas web estáticas programadas en HTML, de modo que el usuario era un simple lector incapaz de comunicarse con el creador del mensaje. Más allá de la crítica a la denominación 2.0, Scolari (2008b) recuerda, en una misma línea de pensamiento, que los primeros años de desarrollo de la Word Wide Web, entre 1993 cuando se difunde el primer navegador con interfaz gráfica hasta 1998 cuando aparecen los primeros weblogs, muestran una web que favorecía el consumo individual basado en el modelo del *broadcasting*, lineal, unidireccional, tal como el diario o el televisor. De hecho, era este tipo de consumo el que prevalecía entre la mayoría de los usuarios de la red, aunque existían también comunidades virtuales con estructura de foros. Recién terminando la segunda mitad de la década de 1990, se dio una proliferación de weblogs, wikis y otras plataformas diseñadas especialmente para la generación de contenidos por los usuarios. La característica crucial que hizo que cada vez más usuarios se sumaran en la creación de contenido fue la presentación de facilidades para emprender esta tarea: mientras que antes la creación de sitios web resultaba una tarea para la que se necesitaban

conocimientos de lenguaje y protocolo, en esos años aparecieron los primeros proyectos que permitían a los usuarios crear sus páginas personales de manera simple. Como señala Scolari (2008a):

En la llamada web 2.0 las redes colaborativas de usuarios pasan a la primera línea. El consumidor no solo deja de ser un consumidor individual, sino que también abandona el rol de simple consumidor para convertirse en prosumidor. Incluso las formas a acciones más básicas de la navegación — buscar un término en un motor de búsqueda a vagar por las páginas de un sitio— implican la producción de información por parte del usuario que el sistema recupera, procesa y utiliza para enriquecer la experiencia de otros navegantes. (p. 248)

Como resultado, la llamada *web 2.0* comprende un amplio y relativamente vago conjunto de aplicaciones que amplía las posibilidades interactivas de Internet, utilizando como interfaz la WWW. En todo caso, es general el acuerdo de que en este momento de la web, el uso comienza a orientarse a la interacción y que los sitios web 2.0 actúan, en consecuencia, más como puntos de encuentro entre usuarios o como creación de usuarios estándares, que como interfaces de lectura, tal como predominaba en el modelo tradicional.

En Wikipedia —el sitio web que sin dudas constituye la wiki más grande y conocida globalmente—, el artículo de web 2.0, construido y moderado por usuarios de distintas partes del mundo utilizando reglas consensuadas, señala, al igual que Scolari, que la consecuencia principal de la “nueva modalidad de la web” es una especie de cambio del usuario a contribuidor activo. Este cambio puede verse en una serie de fenómenos, que a continuación revisamos y ampliamos:

- **El auge de los blogs.**

Un blog es un tipo de sitio web, generalmente de autor, que publica periódicamente contenidos, actualizados con frecuencia y comentados por lectores. La idea se desarrolló en la segunda mitad del Siglo XX con proyectos como el sitio Xanga pero comenzó a popularizarse a partir de la llegada en línea de herramientas de alojamiento de blogs como Live Journal y Blogger en 1999. Esas herramientas permiten la creación y administración de sitios web a usuarios de manera simple, con interfaces estéticas agradables y fáciles de manipular y con opciones gratuitas muy completas.

Al día de hoy, los servicios más populares para crear blogs son Blogger, Wordpress y Wix.com.

- **El auge de las redes sociales.**

Las redes sociales son un tipo de servicio *online* que cobraron notoriedad en la primera y segunda década del Siglo XXI y que permite establecer, por medio de la web, contacto entre personas. Aunque la naturaleza de las conexiones varían de un sitio a otro, se caracterizan por permitir a los usuarios la construcción de un perfil público y semipúblico dentro de un sistema que permite la conexión entre usuarios y el acceso entre ellos a sus listas de conexiones dentro del mismo sistema.

Las redes sociales más relevantes desde su aparición son:

- Facebook: es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y que opera globalmente desde 2005. En sus inicios, fue concebido como un sitio que permitía conectar, compartir información personal y subir contenido de manera simple a estudiantes de la Universidad de Harvard.
- Twitter: es un servicio de *microblogging* que permite a los usuarios publicar y leer micropublicaciones. La versión definitiva se lanzó el 15 de julio de 2006.
- Instagram: es una red social y aplicación para subir fotos y vídeos, originalmente diseñada para iPhone y luego expandida especialmente para su uso en teléfonos móviles. Creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, fue lanzada en octubre de 2010.

- **El contenido agregado por los usuarios como valor clave de la web: inteligencia colectiva y wikis.**

La creación de contenido entre varios usuarios es uno de los puntos más notables de la web social o 2.0. En ese sentido, los wikis son a menudo colocados como los grandes ejemplos de la construcción colaborativa de conocimiento propiciada por la web. Un wiki es un sitio web con páginas cuyo contenido es creado, modificado o eliminado por una comunidad de usuarios bajo una serie de reglas. El primer wiki fue creado por Ward Cunningham, encargado de nombrar y definir el término como la más simple base de datos que pueda funcionar en línea. En 2001, los fundadores del proyecto de enciclopedia Nupedia, Jimmy

Wales y Larry Sanger, decidieron utilizar un wiki como base para el proyecto de enciclopedia Wikipedia.

- **El etiquetado colectivo (folcsonomía).**

Anotado como otro de los fenómenos más importantes de la web social, la folcsonomía es el resultado de la indexación social de contenidos generada por los usuarios, es decir, por la clasificación colaborativa realizada por medio de etiquetas o *hashtags*. Se trata de una práctica que se produce en entornos de software social que, sin seguir reglas determinadas, permiten, por ejemplo, la búsqueda fácil de información etiquetada.

Pérez Salazar (2008), crítico del sesgo mercadológico con que el término web 2.0 fue concebido, reconoce un incremento de las posibilidades interactivas de la web que facilitaron la creación colectiva y distribución de todo tipo de documentos electrónicos, y recalca que “son los usos sociales de esta tecnología, y no su nombre, los que realmente merecen la atención de los investigadores; usos que, por cierto, han causado que la web esté alcanzando nuevos niveles en la ‘hipertextualidad’ de sus contenidos” (p. 58).

3.4.5. Años 2010. Las bases de la Internet de la experiencia: proezas y potencialidades de lo que está en desarrollo

Culminada la primera década del siglo XXI, la web social se consolidó de manera impresionante. El éxito de Facebook o Youtube y la aparición de nuevas redes destinadas a unir contenidos con grupos de personas denotan que por el momento ese eje se mantiene firme como centro de la actividad en Internet.

Mientras paralelamente se fantasea con una “tercera generación” de Internet, la web 3.0 —también llamada web semántica—, el panorama tecnológico presenta desarrollos concretos que nos permiten vislumbrar, más allá de la especulación, parte del porvenir del medio digital y de Internet. El entretenimiento, que cada vez gana más espacio en la red —como veremos más adelante, contando desde el auge de los servicios de música y video *on demand* hasta desarrollos más complejos—, fue consolidando la rama interactiva a lo largo de las últimas decenas de años. Especialmente en esta década, la combinación de tecnologías ya existentes con desarrollos más nuevos lograron mostrar

algunas de sus potencialidades para llevar el concepto de interactividad más allá: el juego interactivo de realidad aumentada *Pokémon Go*, combinando distintas tecnologías como la geolocalización, la realidad aumentada, el desarrollo de teléfonos celulares y de las redes de conexión inalámbricas, explotó un interés global por el entretenimiento interactivo. El entretenimiento interactivo está focalizado en generar experiencias para el usuario, y los desarrollos tecnológicos que se preparan para los próximos años parecen estar marcados por este camino. En ese caso, Internet, cuyo eje interactivo actualmente está orientado, como señalamos al principio, a la web social, al intercambio de información y a la generación de contenidos por parte de los usuarios, comenzaría a correrse hacia otro lugar. ¿Puede que esta sea, acaso, la primera etapa de un paso de la Internet de la información a la Internet de la experiencia? Kevin Kelly (2016), uno de los primeros directores de la famosa revista sobre tecnología *Wired*, piensa así:

Una de las primeras cosas que aprendí de mi reciente tour por la ribera de la realidad sintética es que la realidad virtual está creando la próxima evolución de Internet. Hoy Internet es una red de información. Contiene 60 trillones de sitios web, almacena 4 zettabytes de información, envía millones de emails por segundo, todo, interconectado por sextillones de transistores. Nuestras vidas y nuestros trabajos funcionan sobre esta Internet de la información. Pero lo que estamos construyendo con la realidad artificial es una Internet de la experiencia. Lo que compartís en un aparato de Realidad Virtual o Realidad Mixta es una experiencia. Lo que encontrás cuando abrís una ventana mágica en tu living es una experiencia. A lo que te unís en una teleconferencia de realidad mixta es a una experiencia. En un grado notable, todas estas experiencias tecnológicamente disponibles rápidamente se cruzarán e informarán una a la otra.” (En *Wired Magazine*, trad. propia)

A continuación, reseñaremos brevemente algunas de las tecnologías y fenómenos más importantes entrada la segunda década del Siglo XXI, y que demuestran cómo va ganando terreno en el medio digital el entretenimiento—incluso en proyectos cuyos fines no son la entretención— y la búsqueda del desarrollo, más que de una interfaz gráfica con herramientas e información, de una experiencia para el usuario.

i) Avance del Streaming

Streaming significa, literalmente en inglés, transmisión o retransmisión. Desde que en 1995 RealAudio apareció como la primera tecnología de retransmisión por Internet, el *streaming* evolucionó hasta asentarse como una de las formas de distribución de contenidos con más éxito. Antes del *streaming*, la reproducción de contenido multimedia a través de Internet implicaba necesariamente la descarga del archivo a la memoria de la computadora. Denominado en español transmisión por secuencias o descarga continua, el *streaming* consiste en la distribución digital de contenido multimedia a través de una red de computadoras, de manera que el usuario utiliza el producto a la vez que se descarga, sin implicar la escritura del archivo en el disco. La reproducción de estos archivos en descarga continua se hizo especialmente popular hacia fines de la década del 2000, cuando los servicios de banda ancha, necesarios para un óptimo funcionamiento de la tecnología de retransmisión, se hicieron lo suficientemente baratos para la mayoría de los usuarios.

La popularidad del *streaming* es comprobable al chequear el masivo uso y contratación de servicios de retransmisión de video y audio como Netflix y Spotify, dos ejemplos de empresas asentadas actualmente como actores cruciales en la industria de producción y distribución de contenidos.

ii) Realidad aumentada

La realidad aumentada (RA) es una tecnología que, tal como señalamos al inicio de este apartado, cobró notoriedad los últimos años a partir de algunos lanzamientos, especialmente el del juego para móviles *Pokémon Go*, y del desarrollo de los anteojos de realidad aumentada de Google, Google Glasses.

Técnicamente, la realidad aumentada es la visualización de un entorno físico del mundo real a través de un dispositivo tecnológico —usando los dos ejemplos señalados, estos dispositivos pueden ser el visor de teléfono o un par de anteojos— que agrega información en forma de elementos virtuales, “aumentando” la realidad en tiempo real. El usuario, en consecuencia, percibe una mezcla de las dos realidades. Una de las particularidades es que la disposición de la información sobre el mundo real alrededor del usuario, al agregarse mediante la tecnología, se convierte en digital e interactiva.

Según Edgar Mozas Fenoll (2015), un sistema de realidad aumentada debe estar compuesto por los siguientes elementos:

1. Cámara, como el elemento que capta la imagen del mundo real.

2. Procesador, como el dispositivo de realidad aumentada en sí mismo, el elemento de *hardware* que combina la imagen que ingresa con la información.
3. *Software*, como el programa informático que gestiona el proceso.
4. Pantalla, donde se muestra la combinación de elementos reales y virtuales.
5. Conexión a Internet, básica para enviar la información del entorno real al servidor remoto y recuperar la información virtual asociada que se superpone.
6. Activador, como el elemento del mundo real que el *software* usa para reconocer el entorno físico y activar la información virtual asociada (una señal GPS, un código QR, un marcador, una imagen, etcétera).

La realidad aumentada ofrece infinidad de nuevas posibilidades de interacción orientada a la experiencia.

iii) Realidad Virtual

Cada vez más explorada y con algunos desarrollos comerciales muy importantes todavía en camino, la realidad virtual es un entorno generado mediante tecnología informática constituido por escenas u objetos que crea en el usuario la sensación de estar inmerso en él mediante la utilización de cascos de realidad virtual. La mayor parte de esta tecnología está actualmente enfocada especialmente al desarrollo de videojuegos. El desarrollo de realidad virtual realizado por Play Station es uno de los casos más notorios en ese campo, también acompañado por los desarrollos de XBox de Nintendo.

También existen en desarrollo algunos productos con el foco puesto en construir entornos para la navegación en Internet. Tal es el caso paradigmático de Oculus Rift, un proyecto que cobró notoriedad cuando la revista Wired dedicó a su creador la portada de mayo de 2014 y dedicó varias hojas de su publicación para hablar de la historia de este proyecto prometedor. Nacido de un grupo de chicos que se planteó crear un casco de Realidad Virtual de bajo costos usando un *smartphone* y desarrollando un software para mejorar la visualización inmersiva, Oculus Rift fue finalmente comprado por Facebook por dos mil millones de dólares y actualmente está siendo desarrollado, aunque en abril de 2016 se lanzó una versión beta para consumidores.

iv) Telefonía Móvil 5G

En el ámbito de la telefonía celular, hablar de las redes 5G todavía constituye una especie de especulación, porque aún se están discutiendo globalmente los estándares que debería tener este sistema de redes, y se proyecta el 5G para el año 2019 aproximadamente. Se habla de una capacidad de transferencia de datos superadora, y Carlos Scolari habla de la posibilidad de una “evolución de las especies móviles” en este panorama que implicaría más que rapidez de conexión:

La enorme capacidad de transferencia de datos que esta tecnología permitirá, entre otras cosas, bajar una película en pocos segundos, conectar miles de dispositivos en tiempo real o vivir experiencias de Realidad Virtual sin ningún tipo de delay en la percepción de la inmersión. Los drones o los coches sin conductor también serán parte de esta nueva red de tecnologías e interfaces conectadas por una infraestructura que transfiere datos a altísima velocidad. En este contexto algunos ya anuncian una pérdida de centralidad del smartphone de frente a la explosión de nuevos dispositivos conectados a la Red. (...) Los audiovisuales son y serán el gran contenido que circulará por las redes 5G. Se calcula que en 2020 el 85% del tráfico mundial de datos serán video services. A diferencia de las ediciones anteriores, en el 2017 la estrella invitada del Mobile World Congress no fue Mark Zuckerberg sino Reed Hastings, el fundador de Netflix. (Scolari, 2017)

v) Internet de las cosas (*Internet of things, IoT*)

El concepto Internet de las cosas, no tan conocido en español como en inglés — *Internet of things*— hace alusión al desarrollo de la interconexión digital de objetos de uso cotidiano por medio de Internet, que permitiría el control del estado y los usos de distintos dispositivos. La idea es que la Internet de las cosas podría ayudar a un usuario tanto a programar un dispositivo para la realización de una tarea, como a ubicarlo, controlar su encendido y apagado, identificarlo, y ponerlo en conexión con otros objetos. En el contexto de una proyección de las redes 5G aún inexistentes, Scolari cita que un informe prevé que para el año 2020 la cantidad de dispositivos móviles seguirá aumentando, pero poco a poco la comunicación M2M (*machine-to-machine*; en español, máquina a máquina), que no es otra cosa que la *Internet of Things*, comenzará a ocupar un lugar creciente dentro de los usos de las redes 5G. Este panorama haría perder la centralidad del *smartphone* como dispositivo de conexión.

CAPÍTULO 4.

EL MEDIO DIGITAL INTERACTIVO

4.1. Lo digital interactivo

La interactividad se transformó en los textos teóricos de la última década en una característica frecuentemente reclamada como propia del medio digital, que sucedía a partir del fenómeno de la web y especialmente de la web 2.0. Sin embargo, algunos autores como Lev Manovich también consideraron necesario repensar de qué se hablaba cuando se decía que los nuevos medios —aquellos productos de la digitalización de las comunicaciones— eran interactivos. Si acaso la búsqueda de la interactividad estaba en la raíz de la creación de las computadoras, en los intentos de desarrollar sistemas operativos dinámicos o en desarrollos de periféricos como el mouse, también era cierto que no estaban claros los límites de lo que se podía llamar interactivo. Conceptos como hipertexto y, luego, hipermediación, terminaron completando la revisión teórica necesaria para comprender el verdadero alcance de pensar en lo que estaba sucediendo en el ecosistema de medios.

4.2. Los medios en el cambio del ecosistema mediático

4.2.1 Los nuevos medios

El autor ruso Lev Manovich (2005) es uno de los teóricos que suscribe la idea de que el panorama mediático actual está caracterizado por la aparición, desde hace algunas décadas, de los “nuevos medios”. Según él, asistimos a una revolución mediática que encuentra su punto fundamental en la conversión a lo digital, específicamente en la mediatización a través de la computadora de las formas de comunicación. Esta transformación de los medios en datos numéricos los convierte en *nuevos medios*. Para él, los *nuevos medios* —la *New Thing* de la que comienzan a hablar tantos teóricos terminando el Siglo XX— son el resultado de la convergencia entre la evolución de los medios por un lado y de la informática por el otro. Los nuevos medios son, entonces, aquellos que pasan por un proceso de informatización —es decir de conversión a la lógica informática binaria— en su distribución y exhibición, y ocasionalmente, aunque no necesariamente, en su proceso de producción.

La informatización de los medios resulta en que si bien los medios en su mediatización a través de la computadora siguen presentando una organización estructural con sentido para quienes acceden a su lectura — es decir, como señala Arnau Gifreu (2013), que las imágenes muestran objetos reconocibles, los textos están formados por frases gramaticales, etcétera—, la estructura también se ve influida por la organización de datos propia de un ordenador. Por esto, Manovich piensa a los nuevos medios como conformados por una capa cultural y otra informática.

4.2.2 Hipertexto e hipermedia

El término hipertexto tiene un largo recorrido de construcción y reconstrucción teórica desde los años 60. Más exactamente, el término es utilizado por primera vez en 1965 por el ingeniero norteamericano Théodore Nelson en un congreso. Su utilización fue para referirse a una nueva modalidad de escritura en computación, según la cual cada unidad textual podía dar paso a un acceso no secuencial por un usuario. Básicamente, ese acercamiento conceptual es el que prevalece en la mayoría de los casos cuando se habla de hipertextualidad en el panorama actual de medios y se construye a partir de la diferencia con el texto clásico secuencial en el que un lector lee una unidad no fragmentada.



El concepto de hipertexto fue ampliado por el francés Pierre Lévy. En su libro *Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática*, Lévy (1993) considera un aspecto tecnológico y un aspecto metafórico de la hipertextualidad. Mientras que lo primero implica considerar al hipertexto llanamente como un conjunto de textos unidos por enlaces o links, lo segundo implica que esa esencia funciona como

³ Wikimedia Commons. *Figuras sobre tipo de lectura.*

metáfora de una “tecnología intelectual que abarca el trabajo colectivo distribuido entre conjuntos de máquinas y humanos, con el objeto de aumentar el funcionamiento de los grupos (...) El hipertexto es una metáfora que representa el trabajo en colaboración entre grupos de máquinas (redes) y grupos de humanos (comunidades)” (Levy, referenciado en Ortolano, M., 2005).

No pasaron muchos años hasta que las teorías desarrolladas por Nelson desde el ámbito académico de la ingeniería llegaron a las Universidades y ámbitos de estudio de las letras y la literatura. La teoría literaria absorbió el término y autores como George Landow la desprendieron de la condición de la digitalidad (que era necesaria en la teoría de Nelson). La teoría literaria sumó grandes aportes al estudio del hipertexto, como las reflexiones de Landow al respecto de la atomización del texto y la forma en que, al destruirse la idea de un texto unitario y estable, “reformula los roles tradicionales del autor y el lector (...) [y] reclama un lector más activo, un lector que no solo debe elegir sus recorridos de lectura sino que tiene la oportunidad de leer como si fuera autor” (Ortolano, M., 2005).

Carlos Scolari (2008b) propone, de modo operativo, considerar dos tipos de visiones del objeto-hipertexto: una restringida, que remite a la teoría utópica nelsoniana y en la que incluye como ejemplo a las tecnologías colaborativas como Wikipedia; y una más amplia, que considera hipertexto a cualquier producto más o menos interactivo dentro de la pantalla de una computadora. Scolari considera, sin embargo, que casi todas las definiciones acuñadas de hipertexto, especialmente aquellas desarrolladas en los años 90, presentan puntos en común:

- Una estructura descentrada de los contenidos.
- Una lectura no secuencial.
- Interactividad entre usuario y sistema.
- Redefinición de los roles de autor y lector.

Desde Nelson, la noción de hipertexto ha implicado la existencia de otra noción importante: la de hipermedia. Hipermedia implica, en esta línea, la aceptación de que el hipertexto puede contener y enlazar un conjunto de formatos que exceden al texto escrito simple, sino que incluye gráficos, sonidos, representaciones tridimensionales, etcétera.

Arnau Gifreu (2013) señala la importancia del objeto-hipertexto en el ecosistema de medios porque “ha alterado la forma en que nos acercamos a los medios de

comunicación, la manera como producimos y consumimos, y, por tanto, ha alterado las capacidades y expectativas en la red de los consumidores” (p. 317).

4.2.3 De las mediaciones a las hipermediaciones

El estudio de la comunicación frecuentemente se ha interesado en los medios de comunicación como productores de mensajes desde una visión instrumentalista. En los años 80, Jesús Martín-Barbero (1987) concibió un traspaso de esa lógica en su libro *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, reencuadrando el estudio de la comunicación en una teoría cultural. El aporte fundamental de Martín-Barbero, que parece tan simple como un cambio de nombres, en realidad implica comenzar a pensar en los medios no como canales que transmiten información sino como un espacio “de conflicto y construcción de hegemonías sociales, un lugar donde se expresan estrategias de dominación, tácticas de resistencia y se construyen identidades colectivas” (Scolari, 2008b).

Carlos Scolari retomó esa transformación realizada por Martín-Barbero y la aplicó al gran objeto de las discusiones teóricas de los últimos años en el ámbito de la comunicación digital para enfocarse en el proceso: había que dejar de hablar de hipermedios y comenzar a pensar en hipermediaciones. Las hipermediaciones se constituyen para el autor como “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008b)

4.3 Concepto de interactividad

En términos generales, la interactividad es un concepto que se utiliza para hacer referencia al proceso de comunicación entre humanos y máquinas, y, más específicamente, a la capacidad que tiene un dispositivo de responder a los requerimientos del usuario. En cualquier caso, no debe confundirse con la comunicación entre personas, conocida como *interacción*.

La interactividad refiere también al comportamiento interactivo de un dispositivo tal como lo experimenta el usuario y no a las características del dispositivo en sí, su forma, apariencia, su estructura de funcionamiento, etcétera. En un ejemplo práctico, la interactividad de un iPod no reside en su forma, su color o su capacidad de almacenamiento, sino en la manera en que el usuario experimenta la interfaz del usuario

del dispositivo: la manera en que debe poner el dedo sobre uno u otro comando, la forma en que pasa de una canción a otra hasta seleccionar y reproducir una, la manera en que controla el volumen, etcétera.

Tomando en cuenta estas definiciones más generales del concepto de interactividad, parece obvio decir que la computadora se presenta, *a priori*, como un importante dispositivo de uso interactivo, desde el nivel físico básico en que usamos un mouse y un teclado y seleccionamos funciones, hasta un nivel más “interno” en que redactamos textos y utilizamos aplicaciones. Como dice Gifreu (2013):

“En un sentido amplio, todo el arte y los medios de comunicación son interactivos, ya que un miembro de la audiencia interactúa con ellos en algún nivel. La apreciación de una pintura o escultura requiere una interacción, ya sea física o psicológica, pero lo que se entiende por la interactividad en esta investigación se encuentra en el nivel de la forma, el nivel en que se realiza una selección textual y se excluyen otras, lo que permite un pasaje único a través del texto.” (p. 311)

Más allá de ese uso en sentido amplio, muchos autores se han enfocado en la interactividad como una característica específica que los usuarios experimentan al acercarse a los llamados nuevos medios.

4.4 El mito de la interactividad en los nuevos medios

Lev Manovich plantea la interactividad como una característica que se les ha atribuido a los nuevos medios para diferenciarlos de los viejos medios, pero que no resulta correcta, porque el arte, por ejemplo, —especialmente a partir del arte moderno participativo de los años 60— también plantea una especie de coautoría del usuario basada en la compleción de significado de la obra por parte de este.

Manovich marca como una tautología el hablar del concepto de interactividad aplicado a las computadoras, porque supone hablar del hecho más básico que las constituye desde que tienen interfaz de usuario. En cambio, propone hablar de otros conceptos como interactividad por menús, escalabilidad, simulación, etcétera, que permiten hablar de estructuras y operaciones interactivas distintas. En cuanto a las experiencias que de ellas tiene el usuario, Manovich reconoce que es muy difícil esbozar teorías pero que es necesario tener en cuenta que los medios informáticos interactivos

encajan en una “tendencia moderna” a exteriorizar la vida mental humana, un deseo que relaciona a “la demanda de estandarización de la moderna sociedad de masas”. Manovich (2006) toma como ejemplo al propio principio de hipervínculo, eje central de los medios informáticos interactivos, en donde:

Los procesos mentales de reflexión, resolución de problemas, recuerdo y asociación son exteriorizados y equiparados con seguir un enlace, cambiar de página y escoger una nueva imagen. Antes, podíamos mirar una imagen y seguir mentalmente nuestras propias asociaciones privadas con otras imágenes. Ahora, en cambio, los medios informáticos interactivos nos piden que hagamos clic en una frase subrayada para ir a otra frase. (...) Se nos pide que confundamos la estructura de la mente de otra persona con la nuestra. (p. 108-109)

4.5. Interactividad y medios de comunicación

¿Qué implicancias tiene la interactividad en los medios de comunicación, en sus lenguajes y sus productos? El cine y la televisión tienen —en términos informacionales— producciones de densidad mayor a las resultantes de los medios escritos, y aun así conservan una estructura de presentación secuencial del lenguaje. Documentales, programas de televisión, artículos de diario de papel, o informativos de radio son “consumidos” de maneras similares por lectores, espectadores y radioescuchas. Como se puede intuir desde el apartado en que hablamos de hipertexto, el medio digital posibilita la transformación de las estructuras y reglas clásicas de los lenguajes de los medios de comunicación. La interactividad, como característica de los hipertextos en tanto el usuario navega sobre él de forma reticular supone, entonces, según Berenguer, la posibilidad de participación de la figura tradicional del espectador en una obra. La interactividad, en un sentido más amplio, significa que la audiencia puede ser reclutada en un papel limitado como coproductora o coautora.

Según Berenguer (2004), la interactividad implica un tipo de narración “no lineal”, es decir que exige estructuras por ejemplo en árbol o en red, y la organización del contenido en forma de base de datos, según el término procedente de la informática." (Referido en Gifreu, 2013, p. 319). Es, pues, esta característica la que hace al interactivo un tipo de medio perfectamente adaptable a formatos informativos, educativos, documentales y lúdicos.

En línea con el reclamo de Manovich por una mayor especificidad para el término interactividad aplicado a los nuevos medios, Berenguer (2004) realiza una clasificación de lenguaje interactivo que divide en interacción fuerte, mediana y débil, en función del grado de apertura y de las posibilidades de manipulación que ofrecen:

A un nivel bajo, el interactor se limita a escoger entre un menú de opciones. Un nivel algo superior consiste en tener que localizar estas opciones o, más aún, al tener que responder a determinadas pruebas o superar ciertos obstáculos para poder avanzar en la exploración del interactivo. En los niveles altos, el interactor se ve sometido a demandas aún mayores: participar como protagonista del entorno interactivo, contribuir e incluso modificarlo. Se puede hablar, pues, de una interacción débil —así es actualmente la de la mayoría de web— y de una interacción fuerte, la expresión máxima (participativa, contributiva y comunitaria) se conoce como realidad virtual.” (Referido en Gifreu, 2013, p. 322-323)

4.5.1. Representación, navegación e interacción

En su tesis doctoral *El documental interactivo como nuevo género*, Arnau Gifreu (2013) considera necesario establecer una distinción entre tres categorías aplicables en el actual panorama mediático a una obra: representación, navegación e interacción.

- **Las modalidades de representación** están constituidas por los mecanismos utilizados por el autor para plasmar una actitud o posicionamiento ante el mundo que representa en su obra, y el resultado es el texto o discurso, con unas estructuras y reglas específicas según las convenciones establecidas. Esta categoría entonces es la elección por parte de un autor de una forma que encuadre lo que desea decir o representar: una modalidad expositiva, poética, reflexiva, etcétera.
- **Las modalidades de navegación**, por otro lado, constituyen el despliegue multimodal no lineal que realiza un autor de cualquier clase de hipertexto y “permiten diferentes formas de navegar o penetrar la realidad”. Son modalidades de navegación la narrativa ramificada, testimonial, la navegación espacial, etcétera.

- **Las modalidades de interacción**, por último, estas modalidades “proponen un escenario en el que el receptor se convierte en cierto modo en emisor: este puede dejar una marca o huella de su paso por la obra” (Gifreu, 2016, p. 336). Las aplicaciones que invitan a generar contenidos colaborativamente son un ejemplo.

Queda claro que mientras la modalidad de representación parece ser una categoría básica y largamente explotada por autores de obras durante cientos de años, las modalidades de navegación y de interacción son categorías relativamente nuevas y su utilización y combinación ha generado gran cantidad de variaciones en productos tradicionales: desde los periódicos transformados en periódicos en línea con cada vez mayor cantidad de posibilidades de navegación para sus lectores, hasta documentales transformados en *webdocs* que buscan explotar la participación de los usuarios para expandir el universo narrativo canónico propuesto en primera instancia.

Como se había señalado antes, así como Manovich señalaba que el arte también podía ser considerado interactivo, es claro que términos como navegación e interacción, si no se los explora con mayor detalle, pueden ser confundidos. Es en este sentido que Gifreu considera que la diferencia básica entre las modalidades de navegación y de interacción radica en el grado de interacción con las que cuenta el interactor: en las modalidades de navegación, el usuario no deja huella, sino que circula por las propuestas existentes, eligiendo un itinerario concreto en función de intereses propios. En cambio, la interacción es planteada desde el punto de vista de una acción “que crea un efecto perdurable en el espacio y el tiempo” (Gifreu, 2013, p. 337). Ciertamente, señala el autor, el sistema del medio digital es interactivo porque cuenta con una interfaz y permite una comunicación con el interactor, pero mientras la navegación es una interacción débil, en el caso de la modalidad de interacción implica una interacción fuerte. Estos grados de interacción tienen puntos en paralelo con la propuesta efectuada por Sandra Gaudenzi (2009), que tomando como foco de discusión el documental interactivo, se refiere a los distintos grados de interactividad que estos pueden tener (y que son equiparables a los grados de cualquier otro producto interactivo). Gifreu (2013) rescata lo propuesto por la autora:

La interactividad puede ser semi-cerrada (cuando el usuario puede navegar, pero no cambiar el contenido), semi-abierta (cuando el usuario puede participar, pero no cambiar la estructura del documental interactivo) o

completamente abierta (cuando el usuario y el documental interactivo cambian constantemente y se adaptan el uno al otro). (p. 337-338)

Visto esto, queda claro que la comunicación, en este panorama, puede comenzar a pensarse de un modo distinto. Si acaso siempre los comunicadores pensaron en sus productos solo a partir de las modalidades de representación de la realidad, las modalidades de navegación y de interacción pueden permitir un cambio rotundo de sus productos e invitar al usuario a una *experiencia* con la narración que va más allá del consumo. Una experiencia que implica el movimiento y la toma de decisiones, que implica incluso el accionar del usuario. El documental interactivo es, en ese sentido, una de las cientos de posibilidades a la vista.

CAPÍTULO 5.

EL DOCUMENTAL DIGITAL INTERACTIVO

5.1. Un nuevo género

Para llegar a la conceptualización del documental interactivo como nuevo género ha sido necesaria la exposición de la evolución de dos campos distintos: el del medio digital y el del documental como género cinematográfico. La pregunta que queda por responder es en qué punto se unen estos dos campos y cómo esa unión hace posible hablar del documental interactivo. Además de cuáles son las características del mismo y de qué manera estas constituyen una ventaja para abordar ciertos tipos de productos de comunicación.

Arnau Gifreu (2013), que en su tesis doctoral realiza una exhaustiva revisión teórica para construir un concepto de lo que considera “un nuevo género”, escribe que tanto el campo documental como el digital han avanzado hasta llegar a un punto de convergencia en el momento actual muy prometedor, gracias a su encuentro en un medio ideal como la red, “a unas infraestructuras y unas tecnologías que permiten una accesibilidad nunca experimentada con respecto a la información y a los contenidos, una rápida navegación, altas prestaciones técnicas y la interacción entre los diferentes usuarios” (p. 10). Todo eso, según él, ha propiciado la emergencia de diferentes formatos y la constitución de géneros nuevos, como es el caso del documental interactivo.

Hablar de evoluciones en un sentido no lineal ni aditivo y sin una connotación valorativa es en cualquier caso una elección teórica que nos permite comprender el panorama actual de la comunicación como el resultado de un proceso y no de un determinismo tecnológico. Específicamente, nuestra elección teórica toma la metáfora del ecosistema propuesta por Carlos Scolari (2008a) —y derivada de otros autores, especialmente Neil Postman— para comprender en ese marco de características “biológicas”, vivas, a veces en conflicto y otras en paz, la aparición del documental interactivo como una nueva *especie*.

¿En el contexto de qué cambios en el ecosistema empieza a nacer esta nueva especie? ¿Por qué nace? ¿Qué suma al ecosistema? ¿Cuáles son sus características? Todas estas preguntas que nos interesan contestar, cuyas respuestas ya comenzaron a dibujarse a partir de los capítulos precedentes de nuestra tesis de grado, necesitan, por último, un repaso por el marco teórico que las hace posible: aquel construido por estos autores que eligen hablar de procesos y no de objetos. Con ese fin proponemos a continuación una

breve revisión de esos diálogos teóricos que constituyen, también, una forma específica de pensar la comunicación, una forma a las autoras de este trabajo adherimos.

5.2. Diálogos teóricos que enmarcan el documental interactivo

5.2.1 *La sociedad de la información*

Desde la segunda mitad del Siglo XX, en medio de la de fascinación ante los desarrollos técnicos, los teóricos de las ciencias sociales empezaron a hablar de un nuevo momento en el mundo. El núcleo de este momento fue la relevancia que habían adquirido los medios de comunicación y su capacidad de haber reducido los límites de tiempo y de espacio reales entre las personas alrededor del globo. Desde la fascinación por el telégrafo o el estudio de los modelos matemáticos de la comunicación, hasta la transmisión por radio y luego la televisión. En el campo teórico, fue la televisión —por una serie de factores específicos pero sin dudas especialmente por el éxito para reunir a su alrededor a millones de familias y por el fulgurante posicionamiento del *broadcasting* como modelo de comunicación dominante en el mundo— la que despertó los debates académicos más apasionados, que llevaron a Umberto Eco (1964) a agruparlos didácticamente en su famosa oposición entre apocalípticos e integrados. Esta “era de las comunicaciones” y de la cultura de masas era, según quién hablara, lo mejor o lo peor que podía pasarnos, pero en cualquier caso era algo que sin dudas estaba pasando.

Años después, desde los años 70, teóricos de distintas disciplinas y campos de estudios, en línea con una serie de acontecimientos históricos —con las crisis económicas de alto impacto en el mundo, pero especialmente con el derrumbe progresivo de la Unión Soviética hasta la caída del muro de Berlín en 1989 y el fin de la Guerra Fría—, comenzaron a hablar de distintos “ocazos”: la sociedad industrial, los estados-nación modernos, las fronteras, las ideologías, la historia; todo tal como lo conocíamos estaba, supuestamente, cambiando por siempre. Las “increíbles” tecnologías de la información habían modificado la manera en que nos relacionamos entre nosotros y con el mundo, nuestra percepción, la economía, la política. En el mundo, la política dominante occidental tendía en general a abandonar los intereses en los estados-nación para pensar en construir alianzas estratégicas más allá del eje territorial. La esfera empresarial se forjaba fuerte como multinacional y desterritorializada, y la economía mostraba cómo el capital financiero había ganado lugar y cómo la materia prima de la nueva economía era la información, y la sociedad potencialmente más rica era la que es capaz de procesar más y, por lo tanto, aquella capaz de poseer las herramientas técnicas que hacen esto posible:

las telecomunicaciones, los profesionales. Y todo lo que compartían estos cambios estaba relacionado con lo mismo: la ponderación de la información, la velocidad y el abandono de la importancia del territorio.

El término poscapitalismo fue el primero que se utilizó para marcar esta “nueva era”, pero al poco tiempo Sociedad de la Información se impuso, especialmente en los años 90 cuando los medios de comunicación destinados al gran público comenzaron a utilizar el concepto, que se propulsó durante esos años además por la aparición y el inicio del acceso público a Internet. Sin embargo, la proliferación del término entre académicos es el resultado de un período de gestación cuyo inicio podemos ubicar mucho antes.

Según Armand Mattelart (2002), la noción de Sociedad de la Información comienza a gestarse a fines de la Segunda Guerra Mundial y durante la posguerra como una alternativa a las naciones totalitarias, y gana importancia como término a comienzos de los años 70 con lo que actores globales importantes —como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)— denominan “crisis del modelo de crecimiento y de la gobernabilidad de las democracias occidentales”. La noción de Sociedad de la Información es finalmente ungida de grandeza cuando en 1978 el informe Nora-Minc difunde “la idea de que las nuevas tecnologías pueden resolver la crisis económica y la del consenso político” (Mattelart, 2002, p. 168).

El concepto, de este modo, comenzó a guardar en sí las ideas de una nueva sociedad y una nueva economía. El concepto de la Sociedad de la Información puede entonces comprenderse como una promesa de bienestar y constituye el resultado de una construcción geopolítica que en ningún caso carece de ideología —aunque paradójicamente esté ligado a la tesis del fin de las ideologías y de lo político— como muchas veces se connota en su descripción. Armand Mattelart (2006) incluso insiste en que:

El concepto de información que está a la base de la noción de “sociedad de la información” sufre de un tropismo original. El que le confiere la visión del ingeniero de telecomunicaciones cuyo problema es encontrar la codificación más eficaz (rapidez y costo) para transmitir un mensaje de emisor a destinatario. En la medida en que solo el canal importa, la producción de sentido no es el tema. La información está cortada de la cultura y de la memoria. El esquema mecánico del proceso de comunicación que comanda esta definición matemática implica una visión de la historia como representación lineal y difusionista del progreso. La innovación y la

modernidad se difunden de arriba hacia abajo, del centro a la periferia, de los que saben hacia los que, supuestamente, no saben. Este origen tecnicista del concepto será atenuado con el tiempo en el lenguaje ordinario. La imprecisión lo acompañará y se propagará a la noción de ‘sociedad de la información’. (p. 7)

Martín Becerra (2003), que se ubica a sí mismo dentro de una corriente crítica de la Sociedad de la Información, reconoce que más allá de la ambigüedad que contiene el término, se pueden identificar elementos objetivos que la caracterizan —que se deducen de políticas desarrolladas en ciertos países desde los años 90— tales como las ideas de la liberalización, la desregulación y la competitividad internacional. En este caso, la Sociedad de la Información haría referencia, de manera histórica, a esas transformaciones socioeconómicas en esos países centrales que derivaron en transformaciones estructurales más profundas en las que las tecnologías infocomunicacionales desempeñan un rol fundamental.

5.2.2. La ecología de los medios

En términos amplios, la ecología de los medios es una teoría de los medios de comunicación que parte de la metáfora ecológica para hablar de la interrelación entre los medios de comunicación. Su consolidación se dio en paralelo a la difusión de las ideas ecologistas en los años 60 y el concepto fue introducido en público por Neil Postman, sociólogo y crítico cultural estadounidense, en una conferencia en 1968. Sin embargo, el teórico reconocía que el concepto de ecología de los medios ya era utilizado por Marshall McLuhan desde comienzos de esa década. Pensar los medios como coexistiendo en un ambiente en el que, por la introducción de cambios, podían aparecer nuevas especies, extinguirse otras o darse mutaciones, funcionaba como una visión no aditiva del cambio tecnológico. La evolución no era una suma sin sentido, ni el reemplazo total de lo viejo por lo nuevo, sino un proceso de adaptación al cambio hasta el equilibrio ambiental. Como dice Scolari (2010):

Eso es lo que Postman entiende por cambio ecológico (ecological change). La llegada de un nuevo medio no se limita a agregar algo: cambia todo. En el año 1500, después de la invención de la imprenta, no había una vieja Europa más una imprenta: había una Europa diferente. Después de la llegada

de la televisión, los Estados Unidos no eran los Estados Unidos más la televisión. El nuevo medio le dio un nuevo color a cada campaña política, hogar, escuela, iglesia, industria, etc., de ese país (Postman 1998). (p. 20)

Partiendo de uno de los dichos de McLuhan, si los medios adquieren significado en relación con los otros medios, entonces la metáfora ecológica implica que los medios son “especies” que conviven en un ecosistema de la comunicación. No solo eso: según Scolari, la ecología de los medios implica no solo a la relación y coexistencia de las tecnologías de la comunicación, sino que también sintetiza la idea de que estas generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan.

En síntesis, la ecología de los medios, como teoría evidentemente de carácter generalista, abarca “casi todos los aspectos de los procesos de comunicación, desde las relaciones entre los medios y la economía hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación” (Scolari, 2010, p. 18).

5.2.3. Los cambios en el ecosistema mediático

Comúnmente se habla de la muerte del cine, del periodismo, de la radio. Esas reflexiones suelen partir de la idea equivocada de que la introducción de un nuevo medio o una modificación tecnológica es capaz por sí sola de hacer desaparecer algo. Pero como señala Gifreu (2013), es una historia repetida y errada:

Hace un siglo, el cine asedió el teatro, que se pudo adaptar a la nueva industria cultural y llegar hasta nuestros días. En la década de 1950, la televisión amenazó la radio y el cine, y sin embargo estas dos experiencias de comunicación siguen existiendo. La historia se repite con el World Wide Web, un medio que integra todos los demás en un entorno interactivo, definido a menudo como un "meta-medio", un lugar donde todas las experiencias de comunicación tienden a converger. (p.6)

Carlos Scolari (2008a) pone un interesante ejemplo para poner en discusión otros fenómenos que ocurren cuando se introducen cambios en un ecosistema: el automóvil. El automóvil, una vez que como especie alcanzó una situación de equilibrio —es decir, que se instaló como una tecnología más o menos formada y estandarizada, con un mercado

seguro de interesados compradores y fabricantes—, desató los mayores cambios por fuera de sí, en el ambiente:

Cuando la tecnología del automóvil superó su masa crítica recreó un ecosistema con nuevas profesiones y subjetividades espacio-temporales. El automóvil creó al automovilista pero, al mismo tiempo, la tecnología mecánica destruyó viejos oficios —por ejemplo el herrador de caballos o el cochero— y generó nuevos perfiles profesionales como el empleado de la gasolinera, el mecánico o el chapista. (p. 202)

Ahora bien, aunque no haya una visión única, como vimos al comienzo del capítulo, existe en el mundo académico un consenso acerca de las transformaciones acaecidas en las últimas décadas del Siglo XX en el mundo y de su importancia en la configuración de la economía, la política y la comunicación. Muchos teóricos señalan en este sentido la digitalización de las comunicaciones y la puesta en línea de Internet como partes fundamentales de un proceso que todavía sigue generando cambios en las cosas tal como se las conocía antes. En la teoría de la ecología de los medios, este cambio y sus consecuencias tienen completo sentido. La aparición de la “especie” World Wide Web hizo entrar en crisis el ecosistema de los medios “e incluso llegó a amenazar de extinción algún ejemplar de medio histórico” (Gifreu, 2013, p 6). Efectivamente, teóricos como Manuel Castells o Ramón Salaverría dedican su estudio a los cambios en las reglas del juego a partir de los últimos años y dejan entrever cómo la metáfora ecológica parece funcionar: los medios de comunicación se adaptan para sobrevivir.

Corriéndose de caer en un determinismo tecnocrático, Castells revisa la importancia de Internet y su influencia en los medios de comunicación precedentes por su capacidad de articularlos. Internet sería así una especie de corazón o núcleo alrededor del cual pueden conectarse los otros medios y cuya característica definitoria es su capacidad de ser multimedia por naturaleza. Castells (2001) señala que a pesar de lo que la gente cree, el medio que más está modificando Internet es el medio escrito. En las redacciones periodísticas la información llega en tiempo real y en tiempo real también se modifica y se construye, ante los ojos de los usuarios y entonces ahora “es un medio de comunicación masivo, continuo e interactivo al que pueden acceder distintos usuarios planteando preguntas, criticando, debatiendo” (Castells, 2001, p. 12).

Efectivamente, todas las profesiones de la comunicación han vivido una mutación profunda de las rutinas de trabajo y las modalidades de realización de sus productos.

Fotógrafos que editan, periodistas que escriben y también filman, los profundos cambios en los medios han desdibujado las fronteras antes más claras de lo que hace cada profesional de la comunicación.

Salaverría, que dedica importantes páginas al estudio de este fenómeno, habla de procesos de convergencia. En primer lugar, parte del fenómeno de convergencia tecnológica para mostrar cambios paralelos en otros ámbitos, particularmente en el periodismo. La convergencia tecnológica está directamente conectada con el proceso de digitalización de las tecnologías e implica la conversión de todas las señales en señales digitales, es decir, en signos codificados en valores discretos: de este modo, si imágenes, textos y sonidos pueden transformarse en señal digital entonces se hace posible la convergencia de estos formatos, algo equiparable a las nociones de hipertexto e hipermedia. En el periodismo, dice Salaverría (2009), la digitalización ha modificado de raíz todos sus procesos esenciales: la búsqueda, elaboración y difusión de contenidos informativos.

Salaverría, que analiza los cambios específicamente en el periodismo gráfico, habla de la convergencia periodística como

Un proceso multidimensional que, propiciado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales, afecta actualmente a las empresas de medios de comunicación y conforme al cual las esferas tecnológica, empresarial, profesional y de contenidos de esas empresas experimentan respectivos fenómenos de mudanza, caracterizados por una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados. (2009, p. 7)

A través de esta definición, que imprime a la convergencia un carácter de proceso, Salaverría reconoce que aunque la convergencia tecnológica es la condición instrumental fundamental, desarrollada durante las últimas décadas, para el desarrollo de otros procesos de convergencia, no funciona con una lógica determinista y que, de hecho, la convergencia “obedece en gran medida a estrategias empresariales, tanto de índole industrial como comercial, fomentadas por políticas económicas gubernamentales” (Salaverría y García Avilés, 2008, p. 37)

5.2.4. Nueva especie, nuevo panorama

Si como mencionaba Scolari, los cambios en el ecosistema mediático afectan no solo a las tecnologías de la comunicación preexistentes sino también a quienes las utilizan, entonces la introducción de Internet en los últimos años, con el valor añadido por las modalidades de navegación y de interactividad, suponen un paso más allá en los cambios que observan estudiosos como Salaverría: debe haber también una modificación en el rol del tradicional espectador o lector. Arnau Gifreu (2013) señala que esta modificación es sin dudas la participación e involucración del mismo, que lo convierte en interactor.

Además, los formatos interactivos rompen con la linealidad del discurso —forma que resultaba tradicional desde la época clásica griega—. Las audiencias se fragmentan, aparecen nuevas especies mediáticas y los contenidos se incrementan exponencialmente. Luego de años de evolución, una de las especies mediáticas emergidas en este contexto ambiental, y que además concentra en sí varias de estas características mencionadas, es el documental interactivo.

5.3. El documental interactivo

5.3.1 La definición

Queda claro que los medios tradicionales, en un panorama dominado por las tecnologías digitales interactivas, lejos de las predicciones apocalípticas que anunciaban su fin, fueron en cambio influidos y modificados, y se adaptaron.

El propósito de recorrer, en capítulos precedentes, las evoluciones del medio digital y del documental fue comprender los puntos de partida del nuevo género “en estado de gestación” —el documental interactivo—, nacido, según Arnau Gifreu (2013), del medio digital luego de que este “se da cuenta de que puede contener géneros audiovisuales tradicionales pero con la interactividad como factor clave, novedoso y emergente” (p. 188). Una interactividad que, como vimos, no es solo cognitiva —como puede suceder cuando nos disponemos a leer un libro en nuestra habitación u observar un cuadro en un museo—, sino también física. Como dice el autor:

Es en el medio digital donde el documental adquiere su mayor riqueza informativa e interpretativa, al convertirse en un género mixto donde no solo se combina la información con la interpretación, sino también con la argumentación. Por su parte, el enriquecimiento del discurso del documental con otros géneros caracterizados en función de la interactividad y el

multimedia vendría dado por la posibilidad de introducir en el relato elementos participativos (foros, chats, blogs, entrevistas participativas, juegos en línea y/o envío de contenidos) que permiten al usuario intervenir y, por tanto, aumentar su implicación en el tema. Todo esto nos lleva a considerar nuestro objeto de estudio, al tiempo que un nuevo género, como un meta-género contenedor de formatos, discursos y experiencias de usuario. (Gifreu, 2013, p. 261)

Los medios tradicionales como la televisión, el diario o el cine, especialmente desde la aparición de Internet, dieron forma y a la vez fueron modelados por el medio digital interactivo. En este ecosistema, estos cambios llegaron al género documental, que dio vida al documental interactivo, un nuevo género que constituye más que una evolución de una especie original sino un organismo propio que está gestando otros cambios y comienza a definirse independientemente de su progenitor.

Las conceptualizaciones ya revisadas nos permiten notar que el documental interactivo difiere del documental tradicional en aspectos que lo hacen trascender y llegar a diferenciarse. El primer punto que sustenta esto está dado porque el nuevo género presenta de manera no lineal su contenido y coloca en un papel activo al usuario, al ser este quien decide qué ver y en qué orden hacerlo. Su fuerza reside precisamente en la manera innovadora en que, siguiendo la propuesta de Berenguer (2004), su modalidad de representación de los contenidos es completada con modos de navegación y de interacción. Todo esto nos hace pensar que con el documental interactivo hay varias figuras que se modifican tal como las conocíamos.

En primer lugar, ya no podemos hablar de espectadores, un concepto que se utilizó durante años, afianzado durante el vigor del modelo de *broadcasting* y muchas veces caracterizado como una figura pasiva, aquellos individuos que forman “la masa”. Incluso considerando que el espectador en ningún caso se limita a simplemente recibir las imágenes o los contenidos que se le ofrecen de manera pasiva —aquel contenedor que recibe el contenido—, el documental interactivo, como ya dijimos, suma a su modalidad de representación —rasgo presente en cualquier obra y que constituye el conjunto de signos y símbolos construidos por el autor para representar algo—, modalidades de navegación e interacción que invitan al espectador no solo a “decodificar” los signos de esa representación sino también a circular en ella y a participar de una manera activa en el devenir de la obra. Aun cuando se reconozca la

variabilidad de esta posibilidad de participación, por definición, un documental interactivo no tiene espectadores, sino interactores —tal es la denominación que propone Arnau Gifreu—. Más aún, Scolari (2013) propone el término “prosumidores” para nombrar a los sujetos que, dado el actual ecosistema de medios, han pasado de ser solo consumidores a sumarse también como productores de contenido.

En segundo lugar, así como no podemos hablar de espectadores, en términos de autoría tampoco podemos seguir hablando —o no resulta realmente pertinente— de directores, tal como se constituye la figura del autor de un documental. En el documental interactivo, si bien las modalidades de navegación e interacción están diseñadas por una persona o un grupo de personas con carácter de autores, permiten al usuario la edición del documental y, por lo tanto, le otorgan un poder que es similar al de un autor —tal como el director del documental plasmaba su ojo en la edición, el famoso *director's cut*—. En menor o mayor grado, el documental interactivo siempre debe completarse gracias a los aportes de los usuarios.

Por último, en tercer lugar cabe hacer referencia a que lo que antes podía analizarse y pensarse en términos de texto —al hacer referencia al guion de un documental—, por aquella característica del documental interactivo como obra no cerrada, que se construye a partir de las navegaciones particulares de los interactores, debe comenzar a pensarse ahora como narración.

El documental interactivo es fruto de una doble hibridación: aquella que resulta de mezclar el audiovisual con la interacción, y la información con el entretenimiento; y es importante tener en consideración que es un género emergente. De hecho, según la investigación, para rastrear la historia del género, realizada por Gifreu, recién a partir de la década del 2010 comienza su etapa de diversificación, después de años de exploración hasta haberse afincado como un género independiente.

Gifreu, que propone en su tesis la construcción de un concepto capaz de hacer justicia al género emergente, comprende que tal producto teórico debe asumir, al igual que el mismo objeto, un carácter abierto y complejo, así como la ambivalencia entre el campo cinematográfico y el interactivo, y su identificación, a fin de cuentas, con un discurso con pretensión de transmitir un conocimiento vinculado a la realidad, como su progenitor, el documental tradicional. De este modo plantea la definición de documentales interactivos como:

(...) Obras interactivas en línea o fuera de línea, realizadas con la intención de representar, documentar y construir la realidad con los mecanismos

propios de los documentales convencionales - las modalidades de representación -, y otros nuevos que llamaremos modalidades de navegación y de interacción, en función del grado de participación e interacción que contemplen. (Gifreu, 2013, p. 300)

5.3.2. Las características

Para hablar de las características del documental interactivo debemos retomar las consideraciones realizadas párrafos atrás: que a partir de este momento, y siguiendo la propuesta de Arnau Gifreu, hablaremos de narraciones y no de textos, de autores y no de directores, y de interactores y no de espectadores.

Gifreu utiliza como modelo la estructura de definición usada por Nichols en la triple definición que realiza de documental —y que ya revisamos en el capítulo tercero— y siguiendo esas consideraciones, separa las características según se consideren desde el punto de vista del autor, de la narración o del interactor (tal como un esquema emisor-mensaje-receptor).

i) Desde el punto de vista del autor

Las modalidades de navegación e interacción añadidas al documental interactivo tienen consecuencia directa sobre la noción de autoría. Que el potencial y la base de la narración en este género estén sustentados sobre las opciones disponibles para el interactor, implica dos características:

1. La primera de ellas es que el autor-director pierde parcialmente el control sobre su obra, principalmente porque esas dos modalidades le dan al interactor una capacidad *generativa* de contenido y este puede marcar el flujo de la obra. Esta cuestión de la autoría es tratada por distintos autores como la mayor diferencia entre los objetivos del documental tradicional y los del documental interactivo. La película documental tradicional existe para hacer que el director cuente una historia y se haga responsable de crear sentido a partir de la realidad, mientras que en el documental interactivo “amenaza el papel del documentalista como autor y, por lo tanto, su capacidad de crear significado” (Gifreu, 2013, p. 283).
2. La segunda característica implica que ahora, en virtud de lo señalado en el punto anterior, el director-autor cobra otro papel distinto al del director tradicional de piezas audiovisuales: un rol asistencial con relación al

interactor, que consiste en guiarlo por el documental interactivo construyendo los caminos para que este pueda descubrirlo y explorarlo.

ii) Desde el punto de vista de la narración

Como también ya hemos mencionado, el discurso o narración cambia de manera sustancial en el documental interactivo. Una de las primeros puntos de los que toma nota Arnau Gifreu al respecto de la narración es que a lo largo de los años, por tratarse de una especie nueva, las narrativas no ficcionales mezcladas en el medio digital fueron nombradas de distintas maneras, por lo que rastrear un corpus teórico para analizarlas y caracterizarlas constituye una cuestión compleja. Los proyectos de esta naturaleza han recibido nombres tan variados como hiperdocumentos, aplicaciones interactivas multimedia, interactivos, aplicaciones de hipermedia, documentales digitales, filmes interactivos, etcétera. Asimismo, Gifreu (2013) señala que los documentales interactivos “se pueden encuadrar dentro de un género interactivo más general, que se podría definir como el de las aplicaciones multimedia de carácter divulgativo y documental” (p. 305)

Pero si hay que hablar de las principales implicaciones desde el punto de vista de la narración, hay que señalar que, partiendo del requerimiento *sine qua non* de una voluntad de narrar un aspecto de la realidad, llevar adelante un documental en un medio interactivo implica necesariamente el desarrollo de por lo menos tres aspectos característicos (Vázquez-Herrero, López-García, 2016):

1. **La multimedialidad**, que implica la utilización no solo de imagen y sonido como ocurre en los documentales audiovisuales convencionales, sino también de otros medios.
2. **La hipertextualidad**, que es aquello que caracteriza al esqueleto del documental interactivo, un “esqueleto hipertextual” que se vale de **nodos, vínculos y anclas**:

Un sistema de organización de la información basado en la posibilidad de moverse por el interior de un texto y visitar textos diferentes por medio de palabras clave. Los elementos nucleares del hipertexto son los nodos, unidades semánticas que expresan una sola idea o concepto desde el punto de vista característico del contenido. Los enlaces (links) son los elementos de la red que conectan los nodos entre ellos y que permiten que el usuario se desplace nodo

a nodo. Habitualmente hay una pequeña porción del nodo origen a la que el enlace está conectado. Esta pequeña parte, que puede ser una palabra, una frase, un fragmento de imagen, se llama el ancla del vínculo.” (Gifreu, 2013, p. 306)

3. **La interactividad**, que resulta el aspecto más significativo porque “en base a ella se construyen las principales taxonomías del documental interactivo” (Vázquez-Herrero y López-García, 2016, p. 241) y tiene implicaciones en la representación de la realidad y en el compromiso de los interactores. Del característico esqueleto hipertextual mencionado en el punto anterior, relacionado con la interactividad debemos decir que la narración presenta una *estructura nodal y bifurcada* porque “los sistemas interactivos deben prever más de un desarrollo a la vez y cuanto más variados, mejor” (Gifreu, 2013, p. 319).

Por otro lado, cabe en este punto mencionar que la narración se caracteriza por ser no lineal, que implica la afectación del orden del discurso y, todavía más, su modificación.

iii) Desde el punto de vista del interactor

El interactor del documental interactivo está lejos de parecerse al espectador del documental audiovisual tradicional, y de hecho configuran una nueva audiencia que, a medida que comienza a conformarse cada vez más por *nativos digitales*, está más entrenada en la interacción y familiarizada con dispositivos interactivos como la computadora y no tanto con el televisor, por ejemplo. Estos interactores son los miembros de “una cultura de obras de comunicación con el ordenador como médium” (Gifreu, 2013, p. 322). El documental interactivo tiene las siguientes características desde el punto de vista del interactor:

1. **La recepción puede darse *online* y *offline*.** Aunque el documental interactivo deba su existencia principalmente al desarrollo de la web, no necesariamente necesita que sus aplicaciones corran en Internet, por lo que debemos hablar de la existencia de una recepción en línea (*online*), en donde las aplicaciones se localizan en soportes físicos, y de una recepción fuera de línea (*offline*), en donde las aplicaciones utilizan un soporte

virtual como la web. Como señala Gifreu, las aplicaciones en línea son más flexibles a la hora de permitir y facilitar la participación del interactor.

2. Los documentales interactivos no solo introducen un determinado modo de representación de la realidad a partir de unos contenidos, sino que **invitan al interactor a tomar decisiones en la navegación por el mismo y a interactuar en diferentes niveles.**
3. **El tradicional espectador cambia de estatuto para convertirse en interactor:** Como señalamos anteriormente, el medio interactivo viene a quebrar el modelo de comunicación unidireccional clásico y otorga las herramientas al interactor para descubrir, reflexionar, participar y crear. Los interactores, sujetos activos:

Incorporan las condiciones de usuario, en el sentido de que forma parte de un sistema preestablecido y lo utiliza para sus intereses; de interactor, porque interactúa con los modos y la interfaz para avanzar en el desarrollo propuesto; de participante, ya que participa activamente en el desarrollo, escogiendo la ruta que le parezca más adecuada, y de contribuidor, porque contribuye a la generación del sistema y aporta conocimiento a base de contenidos o impresiones subjetivas. (Gifreu, 2013, p. 309)

Definido el documental interactivo como nuevo género desde la triple perspectiva de autor-narración-interactor, y vistas las características implicadas, queda suelta la pregunta acerca de la narrativa transmedia

CAPÍTULO 6.

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA

6.1. Nuevo escenario, nuevas narrativas

El nuevo escenario mediático trajo consigo distintas evoluciones: especies viejas que se adaptaron o están en proceso de adaptación, como el periódico o la televisión, especies nuevas surgidas por cambios tecnológicos en el ecosistema, como la aparición del documental interactivo que acabamos de reseñar. Como ya podía presumirse desde la revisión de los cambios introducidos por la web en términos de formas de consumo —ruptura del modelo de *broadcasting*, interactividad, navegación, hipertextualidad—, también las narrativas evolucionan para adaptarse al nuevo panorama. El cambio en los hábitos de consumo cultural, la conexión a Internet móvil y portátil, el uso de varias pantallas a la vez, todos esos fenómenos han colaborado y propiciado la evolución de las narrativas. En este marco, las narrativas transmedia se consolidan.

6.2. Contexto mediático

Antes de comenzar a hablar sobre narrativas transmedia y su posible conceptualización, es importante conocer el contexto que ha hecho posible su surgimiento. El contexto comunicativo ha sufrido cambios desde hace años, y como hemos desarrollado con anterioridad, la evolución de la informática y de las nuevas tecnologías de información ha sido una de las principales causas. La sociedad ha cambiado y también el modo de consumir información y cultura.

Tomando la idea de Carlos Scolari, podemos comprender el escenario mediático actual como un ecosistema de medios con características específicas. Con los cambios y avances tecnológicos, hemos pasado de un ecosistema mediático homogéneo, con la radio o la televisión como eje, a uno multimediático, en donde lo central reside en las multiplataformas y las nuevas formas de consumo.

En este marco, e impulsando el desarrollo de las narrativas transmedia, nos encontramos con la convergencia. El término, popularizado especialmente a partir del 2000, venía a dar cuenta, como vimos, de un fenómeno que estaba sucediendo en los medios de comunicación y en los espacios de trabajo que guardan relación con este sector. Con el avance tecnológico y con las nuevas formas de consumo de información y cultura, se han generado intersecciones entre medios y sistemas tecnológicos que antes actuaban de manera independiente y bajo sus propios modos de funcionamiento. Un claro ejemplo

de esta nueva situación es cómo la prensa tradicionalmente gráfica, empezó a estar presente en otras plataformas para poder llegar con sus contenidos a otros destinatarios. Empezaron a surgir publicaciones de diarios *online*, que muchas veces recurren a su vez a emplear contenidos audiovisuales en los contenidos que divulgan.

En un contexto de cambios en dispositivos, medios y lenguajes, la forma de narrar también cambia. Se puede pensar que los cambios en las narrativas que culminan en la aparición de las narrativas transmedia tienen relación directa con la fragmentación de las audiencias. Se comienza a hablar de ese fenómeno a partir de la década del 80, cuando se difunde cada vez a mayor escala la televisión por cable y, con ello, aparecen mayor cantidad de canales de cable con programas cada vez más específicos para audiencias específicas. Umberto Eco, de hecho, presta atención a este fenómeno y opone esta *neotelevisión* llena de opciones a la vieja *paleotelevisión*. La fragmentación de las audiencias se acentúa, como puede suponerse, con la aparición de la especie web, que además ofrece una experiencia de consumo individual. Como dice Scolari (2014):

“La atomización de las audiencias y de las experiencias de consumo mediático no es simplemente un fenómeno cultural: implica un ataque al corazón del modelo de negocios de la industria cultural. La industria televisiva o la cinematográfica funcionaban porque millones de personas consumían sus productos; si esos consumidores ahora distribuyen su tiempo en diferentes experiencias de recepción mediática..., ¿cómo se sostiene el mercado?” (p. 73)

En este contexto, las narrativas transmedia aparecen como una opción ideal para resolver ese problema. Aunque las narrativas transmedia comienzan a aprovecharse en proyectos comerciales, su uso comienza a utilizarse, desde hace algunos años, también en ámbitos educativos, culturales, periodísticos, etcétera.

6.3. Conceptualización

El concepto de narrativa transmedia fue introducido por el investigador estadounidense Henry Jenkins en un artículo publicado en enero de 2003. Para el autor las narrativas transmedia tienen dos rasgos: se narran a través de distintos medios y plataformas, y sus audiencias, además de consumir el producto, no se limitan solo a

consumir el mundo narrativo que se le ofrece, sino que también pueden participar en su ampliación.

En una línea similar, Carlos Scolari (2013) define a las narrativas transmedia como “un relato donde la historia se despliega a través de diversos medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (p. 46). El autor resume la “fórmula” de las narrativas transmedia del siguiente modo:

Narrativas transmedia = expansión + participación

6.3.1. El triángulo transmedia

Las narrativas transmedia son un campo relativamente nuevo de estudio y producción, al menos desde que las entendemos como tales. Aunque con anterioridad ya existían discursos que desde un mismo universo narrativo se expandían a través de distintos medios, no se había dado la conceptualización de estos procesos productivos que estaban surgiendo como consecuencia de la fragmentación de las audiencias, la convergencia de medios y todos los fenómenos que desde la última parte del siglo XXI venían sucediendo en el ecosistema mediático. Dentro de la evolución de las formas narrativas, las narrativas transmedia serían la última etapa evolutiva, que actualmente se encuentra en desarrollo.

Puede decirse que las narrativas transmedia son el resultado de un proceso de expansión (de narraciones y de plataformas) y de la incorporación de modalidades de interacción que permite a los usuarios la participación. En suma, se puede decir que las narrativas transmedia cuentan con tres elementos que la definen: los dispositivos tecnológicos utilizados, la narración en sí misma (el conjunto de historias y su conexión entre sí) y la participación.



Las narrativas transmedia se configuran entonces como una forma narrativa capaz de combinar distintos medios, distintos sistemas de significación e historias y de posibilitar, a partir de estos, la participación del consumidor —a quien Scolari ahora llama prosumidor—. Los productos que utilizan narrativas transmedia pueden inclinarse por optimizar cierto lado del triángulo por sobre los demás: los resultados siempre son distintos según se priorice la parte narrativa, la tecnológica o la de la participación.

El punto de partida de las narrativas transmedia es una “historia” o temática central, que genera distintos productos que llegan a los usuarios por distintos canales. Cuando hacemos referencia a una “historia”, no hablamos de una estructura convencional de inicio, nudo y desenlace: al contrario, la apuesta de la narración transmedia reside en la construcción de una atmósfera o experiencia, un universo temático alrededor del cual convergen una serie de historias. Al tratarse de un espacio narrativo tan amplio es que justamente se emplean varios medios para concretarlo. De esta forma, se construye un sistema similar a un hipertexto en el que hay una estructura que contiene múltiples puntos de acceso y cuya lectura es no secuencial. Cada uno de estos nodos vendrían a ser las distintas plataformas del universo narrativo y son capaces de funcionar de manera autónoma, más allá de que exista un punto central o “nave nodriza”.

Hay que dejar en claro que las narrativas transmedia, si bien nuclea distintos medios y plataformas, no son adaptaciones de un discurso en distintos lenguajes: no se trata en ningún caso de transmutar un lenguaje a otro. Lo anterior cabría a una definición de multimedia. En cambio, al hablar de narrativa transmedia hablamos de la generación de un universo narrativo en el cual cada medio con sus propios códigos aporta algo nuevo sobre el discurso de origen.

Como es de suponer, la diversidad de medios, además de aportar a la historia elementos propios de su propio sistema de signos, genera una multiplicidad de públicos. Con esto volvemos al contexto de aparición de las narrativas transmedia y de la hipermediación, entendiendo a esta última como el proceso de intercambio entre muchos sujetos, medios y lenguajes que están interconectados por medio del desarrollo tecnológico. Este escenario es el que favorece la aparición de nuevas configuraciones que son evolucionadas respecto de los medios tradicionales: de nuevo, evolucionadas no desde un punto de vista aditivo, sino desde un punto de vista de adaptación en la que la inclusión de elementos nuevos genera una transformación que conserva algunos características y añade otras nuevas.

A modo de ejemplo y para ayudar a la comprensión, un universo transmedia es el generado en torno al mundo ficticio de *Star Wars*, que si bien surge como una trilogía cinematográfica, se ha extendido a otros soportes a través de discursos que aportan nuevos datos al mundo narrativo de origen. En las novelas, por ejemplo, se amplían personajes secundarios de las películas y en el mundo de los videojuegos se puede conocer cómo es la vida cotidiana de otros personajes como el entrenador Jedi —además de que el usuario tiene en sus manos el destino del personaje—. Los usuarios, además, se apropian del universo narrativo y crean piezas autónomas, las ficciones de los fanáticos o *fanfiction* —Scolari habla de canon y del *fandom* para hablar del fenómeno de apropiación de un mundo narrativo por la participación y creación de los “prosumidores”—. En síntesis: al universo transmedia de *Star Wars* se puede acceder por cualquier de esos nodos sin necesidad de conocer los demás. Se puede jugar el juego sin haber visto las películas, o viceversa. La experiencia la hace cada usuario.

6.3.2. Las características de las narrativas transmedia

Henry Jenkins, el gran teórico de las narrativas transmedia, estableció algunos principios fundamentales o características de las mismas, y que Scolari (2013) se encarga de revisar. Las vemos ahora:

- *Expansión vs profundidad*: la idea de expansión hace referencia a la posibilidad de llevar los relatos a través de distintos soportes. La profundidad tiene que ver con la capacidad que tiene el transmedia de calar en las audiencias —actores fundamentales en esta forma de narrar—.
- *Continuidad vs Multiplicidad*: Aunque los relatos expandidos funcionan como piezas autónomas, la importancia de mantener coherencia en los relatos que conforman el universo transmedia constituye la característica de continuidad que toda obra transmedia debe respetar. El universo siempre está conformado por una historia inicial, y aunque la historia se expanda en otras a través de distintos soportes y plataformas que se usen para la narración, siempre se conservan elementos de esa historia inicial. La multiplicidad, por otro lado, hace referencia a todas las plataformas y medios que ayudan a configurar el mundo transmedia.
- *Inmersión vs Extracción*: Estas características hablan de las posibilidades de expansión que tienen las narrativas transmedia, hacia adentro y hacia afuera de los relatos. Las narrativas transmedia proponen experiencias inmersivas, en las que cada usuario hace su camino personal elegido, metiéndose de lleno en la

narración. Esas experiencias pueden expandirse también hacia “afuera”, dándonos la posibilidad de extraer partes del relato y llevarlos a nuestro mundo cotidiano.

- *Construcción de mundos*: Al igual que los otros relatos, las narrativas transmedia necesitan ser construidas, más allá del género al que pertenezcan, ficcional o no.
- *Serialidad*: Según Jenkins, las narrativas transmedia retoman la tradición serial de la industria cultural del siglo XIX, solo que en una versión "hiperbólica"; la trama de medios sobre la que se despliegan las piezas narrativas hacen que la serialidad no sea lineal y monomediática.
- *Subjetividad*: las narrativas transmedia, por su característica expansión narrativa, se configuran a través de una polifonía de voces, que muestran al usuario distintas subjetividades.
- *Realización*: Esta característica hace referencia al rol que ocupan los tradicionales consumidores; en las narrativas transmedia, el consumidor, de un modo u otro, también produce, es un prosumidor. Ese rol activo implica desde la interacción con el contenido del canon (compartiendo, comentando su experiencia, dialogando con otros prosumidores), hasta la generación de contenidos propios que expanden el universo transmedia original.

6.4. Narrativas Transmedia y futuro

Mundialmente nos encontramos en una etapa histórica, cultural y económica en la que la comunicación y los intercambios simbólicos tienen una gran relevancia. Se persiguen objetivos de grandes dimensiones en los que se ponen en juego el uso y construcción de grandes universos de significados. Así, las producciones transmedia se vienen constituyendo como la principal estrategia de la industria cultural contemporánea y no solo en el ámbito de la ficción. Los relatos transmedia traspasan fronteras y se desarrollan como nunca antes en espacios políticos, publicitarios, periodísticos y, como en el caso de este trabajo, en los relatos documentales.

6.5. Creación de proyectos con narrativas transmedia

Actualmente, considerando como relativamente nuevo el uso de narrativas multiplataforma, se puede decir que la producción de un relato transmedia por lo general surge de una obra ya existente. Gran parte de los ejemplos estudiados por Jenkins o Scolari así lo demuestran. Pero como podía esperarse, cada vez más se generan productos de comunicación pensados como transmedia desde el inicio: una idea germinal que se

pretende trabajar a través de distintos soportes buscando llegar a distintas audiencias. Como sucede con todos los proyectos de comunicación, aunque a aquellos de esta naturaleza se les suma la complejidad de manejar áreas con lenguajes y técnicas tan distintas como las plataformas y medios en que decide expandirse la narrativa, para emprender la creación de un proyecto con narrativa transmedia es necesario contar con una importante planificación. Esta se realiza en base a la existencia de distintos componentes o áreas que Robert Pratten (2011) aborda y que Scolari rescata (2013).

6.5.1. La narrativa y sus componentes

La *narrativa* en los proyectos de este tipo se caracteriza por ser de estructura compleja: justamente, es una estructura no secuencial ni lineal como las obras clásicas. Cualquier producto tradicional que conozcamos al que se le apliquen narrativas transmedia cambiará de manera crucial: aplicadas al género documental, las narrativas transmedia, por ejemplo, despojarán al documental tradicional de algunos de sus aspectos tradicionales básicos como la estructuración, en un audiovisual de aproximadamente 70 minutos, de una historia lineal con planteo, nudo y desenlace. Como ya comentamos, las narrativas transmedia implican la expansión de un relato en varios otros relatos alojados en distintos medios y plataformas. Nuestro documental sobre la vida en un barrio de una ciudad, por ejemplo, podrá estar integrado por una serie de micros documentales que siga durante doce meses una serie de eventos en el lugar. A esto, podría añadirse una exposición de fotografías enfocada en alguno de los personajes y un cómic que cuente la historia fundacional del barrio. Cada mundo funciona como parte de un engranaje mayor, el universo narrativo coherente temáticamente de nuestro proyecto transmedia, capaz de satisfacer las distintas expectativas de los distintos posibles consumidores.

Según Scolari (2013), los principales componentes del universo transmedia son el lugar, el tiempo y los personajes. Revisamos ahora cada uno de ellos:

A. **El lugar:** está dado por la necesidad de que la narrativa fije la *geografía* en la cual se desarrollará la historia. El usuario, conociendo el topos, activa su memoria de consumidor anterior, lo que facilita la interpretación de las distintas piezas.

B. **El tiempo:** el segundo componente, el tiempo, es un factor determinante para la construcción de los distintos discursos que configuran el total del universo. La narración puede ser lineal o presentar saltos temporales hacia el pasado o futuro, pero lo determinante es que cada uno de los relatos que compone el universo debe estar en

sincronía: lo que un medio o soporte no muestra, puede mostrarlo un relato complementario, y si esto es así, el relato complementario debe mantenerse coherente con lo narrado en el relato de origen. Como señala Scolari, muchas veces se utilizan saltos estratégicos —porque las elipsis son elementos constitutivos de las narrativas transmedia— o bien para cubrir otros tiempos a través de otro relato, como ya señalamos, o bien para “tentar” a los prosumidores a generar contenidos que puedan completar esos “huecos” temporales.

C. **Los personajes:** el tercer y último componente de la narrativa son los protagonistas del relato. Por definición, las narraciones cuentan una serie de acontecimientos vividos por unos personajes y las acciones que estos emprenden. En el caso particular de las narraciones transmedia, los personajes que generan empatía de parte del espectador son los que consiguen motivar la necesidad en él de seguir conociendo y alimentando el mundo en el que transitan.

Todos los elementos de la narración transmedia deben ser capaces de dejar lagunas narrativas que den espacio para que se generen nuevos relatos.

6.5.2. Audiencias

Todo tipo de narraciones, producciones audiovisuales o escritas o discursos de otra índole, al momento de su realización debe tener en cuenta las audiencias. En primer lugar, porque se supone que queremos comunicar algo o generar una conversación acerca de algo con personas, y en segundo lugar porque dependiendo de nuestro nicho nuestro producto seguirá ciertas características y podrá difundirse. De este modo, resulta crucial pensar cómo va a estar constituida nuestra audiencia, cómo son, qué les gusta, qué hábitos tienen, qué esperan como consumidores y también qué esperamos nosotros de ellos.

Constantemente y muchas veces por razones comerciales, se realizan estudios y sondeos para estudiar y medir la audiencia en los que se separa a sus participantes por grupos con determinadas características. En el caso de las narrativas transmedia, en las que los usuarios son determinantes en la construcción del relato, las audiencias también deben ser agrupadas según su accionar se pretenda más o menos activo frente a la construcción de nuevos significados a partir de los relatos que se les proponen.

Según una propuesta de Scolari, las características generales de los consumidores se condensan según sean: usuarios corrientes/usuarios potenciales, decisivos/influenciadores, individuales/grupales, locales/nacionales/internacionales.

Los análisis detallados de las audiencias incluyen la información acerca del perfil socioeconómico (edad, profesión, sexo, lugar de residencia) y su perfil mediático y tecnológico (tipos de medios que consumen, la relación que tienen con el uso de la tecnología y las nuevas redes de comunicación).

Por lo general, encontramos dos grandes categorías de consumidores. Según las motivaciones, podremos encontrar aquellos que solo se interesan en acercarse al proyecto para realizar consultas, ver un video de paso; sus motivaciones serán siempre extrínsecas, ajenas al producto transmedia. Por otro lado, estarán aquellos motivados de manera intrínseca por el proyecto, que acceden y se involucran con lo que el relato les propone al punto de convertirse en parte del universo transmedia, y que buscan de manera activa conocer la propuesta. Por lo general existe en ellos un interés previo en las temáticas desarrolladas.

La interacción, entonces, cambia según cuánto se involucren los usuarios. Siguiendo a Xavier Berenguer, la interacción es *fuerte* cuando el consumidor se implica activamente y tiene la capacidad de intervenir en la narración, modificándola o generando nuevos relatos a partir de ella. Ocurre allí una transformación de consumidor a prosumidor.

Particularmente, las narrativas transmedia necesitan de consumidores activos o prosumidores, que sean capaces de participar y generar nuevos universos discursivos a partir del relato que se les propone. De hecho, podría decirse que sin prosumidores no hay narrativas transmedia, porque un apartado dentro de este tipo de proyectos siempre está destinado al desarrollo de estrategias para llamar a la acción de la audiencia, ya sea a través de interacciones en redes sociales, videojuegos, experiencias territoriales, u otras. El proyecto debe saber guiar la participación de los consumidores y debe prever cómo se gestionará la producción por parte de estos.

6.5.3. Plataformas de proyectos transmedia

Como ya hemos desarrollado, los proyectos de tipo transmedia se valen de varios medios o plataformas para desarrollar la historia que se quiere contar. El relato surge en un medio, para luego extenderse a otras plataformas. La idea principal es poder potenciar el relato dependiendo de las características particulares de cada soporte, teniendo en cuenta la generación de nueva información en el universo narrativo.

El uso de las distintas plataformas debe ser analizado y planificado, teniendo en cuenta variables como la audiencia y el contenido que se va a publicar según las

características del medio. Además, un punto importante a tener en cuenta es el flujo de medios: ¿En qué medio surge la historia? ¿Por dónde continúa y con qué nuevos datos? ¿Cuál es la duración de los relatos en cada soporte? Como todo proyecto, al trabajar con narrativas transmedia es importante contar con una etapa fuerte de preproducción, y un equipo de producción que haga el seguimiento del proyecto en su totalidad.

Para coordinar el despliegue de medios se utilizan mapas expansivos de acción y sistemas de gestión de contenidos que funcionan como guías para la elaboración y seguimiento del proyecto.

Cuando se planifica el proyecto hay que tener en cuenta que cada medio genera experiencias particulares con cada tipo de usuarios y que según lo que se quiera contar vamos a utilizar uno u otro soporte.

Entendiendo lo siguiente a modo de ilustración —derivado de los usos en proyectos transmedia comerciales y conocidos— y que cada nuevo proyecto transmedia es capaz de diversificar los usos y combinar estrategias, algunos soportes y sus posibles usos son:

- Televisión, cine, libros: por ser medios especialmente preparados para emitir o publicar narraciones de considerable duración —y por lo tanto, capaces de condensar un bloque narrativo más o menos extenso— pueden utilizarse para contar los eventos principales, secuelas y precuelas.
- Cómics: por su formato generalmente periódico y su consumo específico, suelen servir para contar eventos que no son principales, como *spin off*, secuelas y precuelas que sirvan para ampliar una historia principal.
- *Webisodios* y *Mobisodios*: por lo general se utilizan para contar avances del proyecto, generar expectativas, narrar *spin off* y cualquier otra clase de narración corta y accesible, con bajos requerimientos de conexión y de tiempo de consumo.
- Web, redes sociales: por su propia naturaleza, se suelen utilizar para la interacción con la audiencia, la suma de elementos multimedia, y el fomento a la exploración, el intercambio de información y participación.
- Apps: se suelen utilizar para compartir contenidos, fomentar la participación de la audiencia y para incluir en la narración elementos de geolocalización.
- Videojuegos: son una manera interactiva de sumergir al usuario en el mundo narrativo.
- Wikis: fomentan el trabajo colaborativo de la audiencia sobre algún aspecto del mundo transmedia. Además, sirven para compartir y archivar información.

Las narrativas transmedia, en suma, permiten optimizar un producto de comunicación a través de la creación de una narración no secuencial, que combina historias con formatos y plataformas y con posibilidades de interacción y participación de los usuarios en la construcción del universo narrativo.

TERCERA PARTE

EL PROYECTO:

MICROMACHISMOS, UNA EXPERIENCIA TRANSMEDIA

En la última parte de nuestra tesis de grado presentamos el resultado del proceso de investigación, reflexión y trabajo que iniciamos sobre el tema y el dispositivo por los que nos interesamos. Nuestro proyecto de documental interactivo transmedia, *Micromachismos: una experiencia transmedia*, se construye sobre la base de un abordaje a los conceptos teóricos revisados en los capítulos precedentes, más las inquietudes personales y compartidas de sus autoras.

Como futuras comunicadoras y como mujeres, con este proyecto perseguimos el trabajo alrededor de una temática que nos interpela de manera directa, centradas en la búsqueda de un dispositivo comunicacional que fuera —por sus características— accesible, novedoso y permeable a la participación directa de las audiencias y a la construcción colectiva y reflexiva de relatos.

Antes de la presentación de la carpeta, proponemos en esta tercera parte un capítulo que, a modo de prólogo de la misma, resuma la serie de procesos y aspectos que se respetaron y se tuvieron en cuenta durante el pensamiento y la escritura del proyecto, repasando algunos aspectos relacionados con la creación y diagramación de proyectos documentales y transmedia; y para comprender el porqué de las elecciones realizadas en el proceso de creación del proyecto.

CAPÍTULO 7.

La construcción del producto de comunicación

Micromachismos: una experiencia transmedia

7.1. Proyectos transmedia: contexto y posibilidades de producción

7.1.1. Panorama argentino

Las narrativas transmedia vienen ganando espacio desde hace un par de décadas en el mundo, especialmente al ser utilizadas en productos de comunicación comerciales de gran envergadura, en los ámbitos del cine, los videojuegos y la publicidad. Pero también cada vez más se utilizan narrativas transmedia en proyectos de no ficción, para periodismo, proyectos educativos, de salud, de cultura, etcétera. En Argentina y Latinoamérica, el interés por las nuevas tecnologías, la interactividad, la inmersión y lo transmedia explotó hace recién algunos años desde ámbitos privados y públicos casi en simultáneo. Desde la aparición del ya afianzado evento internacional MEDIAMORFOSIS hasta la consolidación de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario —que ha creado algunos de los proyectos transmedia argentinos con mayor repercusión internacional—, en Argentina la producción transmedia sin dudas se viene afianzando como industria pero también como modelo de comunicación.

Como señala Federico Gianotti (2014), a partir de la implementación de la Ley de Medios en Argentina —que incentivó la creación de nuevas productoras de contenido en todo el país para cubrir la demanda de nuevas y existentes señales de televisión—, la división del país en nueve polos a cargo de universidades nacionales configuró un panorama en que “las universidades nacionales comenzaron a tener un rol protagónico en la producción de contenidos [y] Es justamente dentro de algunas universidades argentinas en donde se aprecia un interés en aumento por las «nuevas narrativas” (Gianotti, 2014). Es por esa razón que en Argentina la mayor cantidad de producciones transmedia han mostrado una orientación a contenidos y temas especialmente atados a preocupaciones colectivas y no tanto a exploraciones comerciales: la no ficción es reina en la producción argentina.

Dentro de este panorama, en su artículo de 2014 Gianotti destacaba como protagonistas principales de esta corriente a la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y la Universidad Nacional Tres de Febrero (UNTREF). Actualmente, la Universidad

Nacional de La Plata también se encuentra acomodándose como actor relevante en ese sentido en Argentina. Por otro lado, las producciones de los canales estatales, especialmente Canal Encuentro, comenzaron desde 2009 a interesarse por narrativas expandidas y participativas. El ámbito del periodismo también se encuentra actualmente generando algunas producciones notables, destacándose el nuevo formato digital del diario La Nación, a cargo de Damián Kirzner, productor y encargado también del evento MEDIAMORFOSIS.

A continuación, haremos un repaso por el panorama argentino con sus actores más relevantes, tanto públicos como privados, para conocer las vías de producción y realización de estos nuevos formatos.

i) Universidad Nacional de Rosario

a. DCM Team

La Universidad Nacional de Rosario es una de las pioneras en Argentina en llevar adelante producciones comunicacionales utilizando narrativas no tradicionales y al mismo tiempo en visibilizarlas y distribuirlas de manera cohesiva y organizada, así como de generar procesos de reflexión teórica en torno a las mismas. La Dirección de Comunicación Multimedial nació luego de una presentación en 2006 de un plan de comunicación digital interactiva dentro de la Facultad de Ciencias Políticas de esa casa de estudios. El equipo de la DCM es un staff estable que produce radio, tv y contenidos web. En palabras de Fernando Irigaray, “las temáticas son variadas pero siempre centradas en lo local” (Referenciado en Gianotti, 2014).

Además de su primera incursión en las narrativas interactivas en 2008 con *Vibrato: Escuela Orquesta del barrio Ludueña*, otros proyectos reconocidos y premiados dentro y fuera del país como *Calles Perdidas: el avance del narcotráfico en Rosario*, *Tras los pasos de El Hombre Bestia* o *DocuMedia Mujeres en Venta: Trata de persona con fines de explotación sexual en Argentina* son todos nacidos en el seno de la innovadora Dirección de Comunicación Multimedial de la UNR. Fernando Irigaray, director del espacio, dice que “todas las producciones de la DCM tienen una impronta social y son a mitad de camino entre un documental interactivo, periodismo de investigación, documentalismo y periodismo de datos” (Referenciado en Gianotti, 2014)

También, desde el año 2008, desde este espacio se organiza el Foro Internacional de Periodismo Digital, así como el Encuentro de Narrativas Transmedia desde el año 2013.

La producción académica paralela a la realización de los proyectos interactivos colocó a algunos de los miembros de la DCM como referentes del estudio de la no ficción transmedia en Argentina y Latinoamérica. Entre ellos se destacan Fernando Irigaray y Anahí Lovato, también miembros y colaboradores fundamentales de uno de los proyectos más importantes impulsados desde la UNR: la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia.

b. Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia

La Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia fue aprobada en el 2014 por impulso del Instituto de Cooperación Latinoamericana (ICLA) de la Universidad Nacional de Rosario. El espacio se planteó la intención de juntar los esfuerzos de productores y académicos latinoamericanos interesados en las narrativas transmedia para generar un ámbito de reflexión, aprendizaje e intercambio de conocimientos. Según sus propias declaraciones, los objetivos de la Cátedra son:

- Constituir un espacio que funcione como plataforma de dimensión articuladora entre las universidades latinoamericanas, la sociedad civil, los productores y realizadores y las organizaciones gubernamentales.
- Facilitar y afianzar las actividades académicas, de desarrollo y producción conjuntas.
- Promover un modelo de cooperación que favorezca la integración regional, potenciando la producción del conocimiento emancipador y la autonomía de los países latinoamericanos.

La cátedra recopila digitalmente recursos, proyectos y reflexiones académicas, al mismo tiempo que cuenta con una serie de cursos con créditos, dictados por profesionales y académicos reconocidos, relacionados a las narrativas transmedia.

ii) Universidad Nacional de La Plata

La ciudad de La Plata es sin dudas uno de los centros de producción transmedia en el país, en gran parte gracias al trabajo de Álvaro Liuzzi, egresado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata que estuvo a la cabeza de experiencias transmedia importantes como *Proyecto Walsh* o *Malvinas/30*. Álvaro Liuzzi es sin dudas una de las razones por las que la Universidad Nacional de La Plata comenzó a dar mayor

espacio al trabajo con nuevas narrativas. Actualmente, Liuzzi es profesor adjunto de la cátedra de comunicación mediática y organizaciones en esa casa de estudios.

Álvaro Liuzzi fue uno de los pioneros en la exploración de las narrativas transmedia en Argentina y recientemente estuvo a la cabeza del primer proyecto transmedia desarrollado por la UNLP, con la participación de docentes, alumnos, diseñadores y programadores de la Secretaría de Vinculación Tecnológica de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social: el proyecto *70 Octubres*.

El interés creciente de la UNLP por las narrativas transmedia y la comunicación digital es notable también en el programa de la Tecnicatura Superior Universitaria en Comunicación Digital, carrera que busca que sus estudiantes piensen en producciones transmedia que propongan la integración de narrativas y lenguajes en torno a proyectos de comunicación. Específicamente, la carrera posee varias materias orientadas a la reflexión sobre el transmedia y a la producción y edición de proyectos transmedia.

iii) Universidad Nacional Tres de Febrero

La Universidad Tres de Febrero (UNTREF), que es conocida por ser una de las universidades nacionales con mayor producción —y llegada a usuarios *online*— de contenidos audiovisuales, especialmente ficcionales, para la web y nuevas plataformas, es otro actor importante en este escenario. Organiza desde 2008 el Encuentro Internacional NeoTvLab, en donde técnicos, artistas, productores, entidades estatales y empresas “intercambian experiencias y dialogan sobre las novedades tecnológicas que aportan un valor a la televisión en todos sus formatos y soportes” (Gianotti, 2014).

iv) MEDIAMORFOSIS

a. La propuesta

MEDIAMORFOSIS es un espacio multiplataforma que se dedica, en toda América Latina, a la reflexión, el análisis y la producción de contenidos vinculados con la evolución de los medios de comunicación. Cuenta con el apoyo del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva de la Nación.

Anualmente en Argentina y región —Brasil, Colombia, Uruguay— llevan adelante eventos en los que se hacen presentes profesionales relacionados a producciones transmedia, realidad inmersiva y nuevos soportes. Se dictan capacitaciones, *workshops*, *webinars* y se muestran distintas publicaciones digitales. Uno de los puntos más importantes del encuentro consiste en mesas de negocios y concursos internacionales, que

dan la posibilidad a directores y productores de mostrar sus trabajos con el fin de ser realizados y/o coproducidos. De este modo, MEDIAMORFOSIS se dedica activamente a promover el emprendedurismo en nuevos medios y la difusión de los talentos latinoamericanos, fomentando el intercambio, los viajes de negocios, la capacitación y la generación de acuerdos comerciales a través de alianzas con Estados, instituciones y festivales de todo el mundo.

b. Edición 2017

La edición MEDIAMORFOSIS del año 2017 estuvo organizada por MICA, Red MICA, Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, INCAA y MEDIAMORFOSIS.

La idea central de la pasada edición fue promover el emprendedurismo en nuevos medios y fomentar la industria innovadora de contenidos en Argentina y Latinoamérica. Una de las posibilidades para productores transmedia fue un concurso que seleccionaba proyectos transmedia y de realidad inmersiva para que pudieran estar presentes en distintos mercados y eventos de Europa y Latinoamérica y acceder así a posibilidades concretas de realización, coproducción, inversiones o distribución. Los proyectos para poder participar debían evidenciar el nivel de desarrollo, sus objetivos a futuro y su plan de sustentabilidad. En el caso de los proyectos transmedia debían ser defendidos a través de una instancia de *pitch* y los finalistas eran elegidos por un jurado integrado por profesionales afines a la temática de Argentina y otros países.

Además de los concursos, la pasada edición contó con una mesa de negociaciones organizada por la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y MEDIAMORFOSIS que acercó a productores independientes con distintos invitados internacionales —diseñadores de juegos, directores creativos, productores transmedia, gestores de proyectos TIC y Transmedia— con el fin de intercambiar información y recibir asesoramiento sobre sus proyectos.

v) *Programa Ibermedia*

a. La propuesta

Ibermedia es un programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizadas por veintiún países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. El

Programa forma parte de la política audiovisual de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CACI).

El objetivo principal es contribuir a la realización de proyectos audiovisuales, dirigirlos a mercados, fomentar la integración de redes con empresas productoras para facilitar las coproducciones, estimular la colaboración solidaria y la utilización de nuevas tecnologías y ayudar a la formación continua de los profesionales de la producción y la gestión empresarial audiovisual a través de talleres, becas o seminarios.

Para cumplir con sus objetivos, Ibermedia sigue tres lineamientos: desarrollo, coproducción y formación.

b. Ibermedia 2018

La convocatoria para este año —al igual que para ediciones anteriores— contempla y estimula la participación de proyectos audiovisuales que utilicen nuevas tecnologías, como documentales transmedia. Las obras que pueden presentarse tienen que estar en etapa de desarrollo y pueden ser obras de ficción, películas de animación, documentales de creación, producciones que utilicen nuevas tecnologías, series televisivas y obras que utilicen material de archivo.

Las obras que aspiren a recibir el fomento tienen que tener en cuenta que se evaluará sobre todo el potencial de coproducción del proyecto. Además se considerarán los siguientes aspectos: idoneidad del formato/género para la distribución prevista, la calidad y originalidad del concepto, guion y estructura narrativa del desarrollo y la trayectoria del equipo realizativo. La ayuda prevista para este año no debe exceder el 50 % del presupuesto de desarrollo del proyecto presentado y no puede ser superior a US \$ 15.000.

vi) INCAA Y Canal Encuentro

En su artículo de análisis del panorama argentino, Gianotti señalaba que un actor de peso en el paisaje mediático emergente es el canal argentino de TV Encuentro, del Ministerio de Educación —actualmente en la órbita del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos—. La señal formaba parte de las iniciativas del Ministerio de Educación para llevar contenidos audiovisuales educativos y culturales de calidad a los hogares argentinos, escuelas, centros de investigación y organizaciones.

Desde el año 2014, Canal Encuentro hace accesibles sus contenidos a través de la web e incorpora formatos interactivos y colaborativos. Actualmente, las señales estatales declaran como objetivo:

Proveer los medios necesarios de producción de contenidos, la difusión del conocimiento y el acceso a la información en materia de cultura, educación y formación profesional, ciencia y tecnología, salud social e individual, promoción de valores y desarrollo de iniciativas sociales, a través de nuevas tecnologías, medios de comunicación y dispositivos a nivel federal (Boletín Oficial, Decreto 1222/2016)

Por su parte, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales también comenzó, desde los últimos años, a incorporar dentro de sus categorías de concursos públicos para financiación de producciones nacionales aquellos proyectos que incorporaran nuevas tecnologías y nuevas narrativas. Así, a mediados de Mayo 2014 el INCAA lanzó un llamado a concurso para la realización de “series de ficción juveniles en formato multiplataforma”, lo que marcó “un nuevo impulso para aquellos autores y productores interesados en explorar nuevas maneras de contar historias” (Gianotti, 2014).

vii) Tribeca Film Festival

El Festival de Cine de Tribeca es una plataforma de entretenimiento y de cine independiente y tiene ediciones anuales en Nueva York. Respalda la expresión creativa y el entretenimiento inmersivo, teniendo en cuenta voces emergentes y establecidas. Anualmente selecciona experiencias innovadoras e interactivas y tiene un interés especial en las nuevas tecnologías.

Sus ediciones incluyen estrenos de películas, eventos comunitarios gratuitos, programas de industria y hospitalidad, y distintos concursos que fomentan la producción de distintos géneros. En relación a contenidos transmedia, multiplataforma e interactivos existen dentro de su oferta dos líneas de fomento para la edición 2018 (los premios no son publicitados hasta el momento del festival):

- Premio Tribeca X

Un jurado otorga un premio para poder desarrollar el proyecto, para que la historia propuesta pueda ser contada con el apoyo de un *sponsor* creando un espacio de

intersección entre publicidad, entretenimiento y contenido. Se apunta a una coproducción entre un *sponsor* y los realizadores. Los proyectos que pueden postularse deben contar con un guion documental generado para cine, televisión, medios digitales, social y VR y pueden ser largometrajes o cortometrajes.

- Tribeca Inmersivo

Se propone como un espacio de exhibición de proyectos inmersivos que propongan nuevos usos y formas de utilizar los medios y ponen foco en proyectos multiplataformas innovadores. Pueden ser desde proyectos de realidad virtual hasta películas multiplataforma, sitios web, instalaciones multimedia, juegos y aplicaciones y pueden incluir realidad virtual, realidad aumentada, proyectos web, aplicaciones móviles, juegos, instalaciones multimedia y trabajos multiplataforma. Una de las condiciones es que los proyectos deben tener algún tipo de elemento interactivo porque no se aceptan películas lineales. Las obras que se seleccionan se presentan al público durante el festival.

7.2. Diseño de un proyecto transmedia.

7.2.1. Modelos de construcción de un proyecto transmedia

Para crear el proyecto de documental interactivo transmedia que aquí presentamos nos hemos valido de todos los aportes teóricos revisados en los pasados capítulos. Específicamente, los autores que más revisan los pasos para la producción y escritura de un proyecto de este tipo son Carlos Scolari, Henry Jenkins, Robert Pratten, ente otros. Sin embargo, cabe mencionar que la mayoría de esas producciones textuales surgen a partir del análisis o experiencia en creación de producciones para marcas y empresas, y que por eso hay una notable cantidad de pasos dedicados a la investigación de audiencias, así como la evaluación de beneficios, e incluso la diagramación de la historia en términos de objetivos de tipo S.M.A.R.T. (*Specific, Measurable, Achievable, Responsible, Time-related*; en español, específicos, medibles, alcanzables, realistas, y en un tiempo determinado), característicos de los proyectos con fines comerciales y a gran escala.

En nuestro caso, nuestro proyecto se identifica más con aquellos documentales interactivos transmedia realizados en nuestro país en la Universidad Nacional de Rosario y en la Universidad de La Plata. Anahí Lovato (2017), miembro de la Dirección de Comunicación Multimedial de la primera casa de estudios, propone un modelo para la

construcción de un proyecto transmedia en su *Plantilla de diseño para narrativas transmedia*, que, basado en la revisión de los modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerea (2012) y Carlos Scolari (2014), suma además la propia experiencia en el trabajo de proyectos transmedia realizado desde la Universidad.

Los proyectos llevados adelante por la Dirección de Comunicación Multimedial han sido siempre de carácter no ficcional y pensados, por lo tanto, con especial énfasis en lo comunicacional, como generadores de diálogo, y no tanto desde lo estratégico. El material al que nos referimos fue presentado en el 9º Foro Internacional de Periodismo Digital y 4º Encuentro de Narrativas Transmedia y lo utilizamos para la formulación del presente proyecto, sumándole aportes propios para diseñar el proyecto de la manera más completa posible, teniendo en cuenta distintos ejes.

7.2.2. La propuesta de Anahí Lovato

La propuesta presentada por Anahí Lovato (2017) sugiere el diseño de una carpeta para el proyecto que conste de cuatro partes. Estos apartados son:

- *Narrativa (el mundo de la historia)*: Este apartado propone la fijación del tema o conflicto que se abordará, de los personajes y sus relaciones entre ellos, y de los escenarios y tiempos en los que transcurre la historia. A partir de esos puntos, el mundo de la historia se completa con la escritura del título de la historia, su género y sinopsis y con la compleción de un mapa que conecta la historia central con otras posibles líneas narrativas (o subtramas).
- *Experiencias*: Este apartado corresponde al mundo de la experiencia, es decir al mundo por fuera de la historia. Aquí, la autora propone la fijación de los públicos que pretendemos alcanzar con nuestra historia, la manera en que pueden participar y los niveles de participación que esperamos. Además, comprende una primera elección de las plataformas sobre las que la experiencia se despliega así como los objetivos generales del proyecto.
- *Plataformas*: Este apartado está destinado a detallar el uso de cada plataforma, señalando si es digital o analógica, si es *online* u *offline*, qué elementos de la historia contiene y qué permite la plataforma al usuario.
- *Ejecución*: Este apartado en primer lugar incluye la revisión de las plataformas y servicios existentes que se utilizan así como aquellos que deben ser creados.

Luego, debe contener la lista del equipo técnico necesario, con su rol y conocimientos y habilidades. Finalmente, se propone la diagramación de un cronograma de lanzamiento de las piezas del proyecto.

7.3. Plataformas que utilizamos y cómo funcionan

7.3.1. La web como puerta de participación y expansión de contenidos

Como vimos anteriormente, las narrativas transmedia tienen dos características fundamentales: la expansión y la participación. La utilización de herramientas digitales y en línea para la construcción de un proyecto documental transmedia está asentada en la intención de explotar las posibilidades narrativas de los diferentes medios digitales *online* y de su combinación entre sí. Como señala Cristóbal Cobo Romaní (2007):

Existen suficientes ejemplos que evidencian por qué el desarrollo de la web 2.0 no es solo tecnológico sino que principalmente de orden social. Dicho de otro modo, la web 2.0 no inventa la colaboración entre las personas, pero sí ofrece un enorme abanico de posibilidades para facilitar el intercambio y cooperación entre individuos. (En Cobo Romaní y Pardo Kuklinski, 2007, p. 56)

Según el autor, el acento en lo social constituye un elemento que es transversal y que se encuentra siempre presente en los recursos de la web 2.0, ofreciendo diferentes alternativas para propiciar el intercambio y la comunicación multimedia entre los usuarios.

Como explica Cobo Romaní, cualquier intento de realizar una cartografía de Internet y sus aplicaciones está condenado al fracaso por la constante renovación de los entornos digitales. En su libro *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food* (2007), el autor desecha la revisión de recursos tecnológicos específicos utilizables para aprovechar la web 2.0 y en cambio rescata una serie de fundamentos que culminan en la presentación de su estructura taxonómica para ordenar su constitución. De este modo, analiza los distintos tipos de aplicaciones de la web 2.0 dividiéndolas en cuatro líneas fundamentales:

1. **Social Networking (redes sociales):** en palabras del autor, todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o

faciliten la conformación de comunidades y den lugar a instancias de intercambio social.

2. **Contenidos:** constituida por todas las herramientas en línea que facilitan la lectura, escritura, distribución e intercambio de contenidos.
3. **Organización Social e Inteligente de la Información:** las herramientas y recursos para etiquetar, sindicarse e indexar los recursos de la web.
4. **Aplicaciones y Servicios:** conjunto amplio de herramientas, *softwares*, plataformas y recursos que ofrecen servicios de “valor añadido” al usuario final.

7.3.2. Uso de redes y aplicaciones en Córdoba y Argentina

Además de la utilidad de las herramientas interactivas *online*, la penetración del uso de Internet en la población es otra de las razones para comprender por qué es importante pensar en proyectos comunicacionales que lleguen a estos espacios más accesibles que los formatos más tradicionales como la pantalla del cine. Para la construcción del proyecto documental transmedia y específicamente para la elección de las plataformas y aplicaciones web, se tuvo en cuenta los datos disponibles en relación a los usos de redes y aplicaciones de la población en Argentina y específicamente en Córdoba.

A nivel nacional, la empresa de medición digital IMS Mobile (Referenciado en Delfos, 2017) dio a conocer que Argentina y Chile se encuentran en la cima de los países que acceden a Internet para usar redes sociales. Específicamente, en Argentina el 85% de los usuarios utilizan Internet para conectarse a redes sociales.

Dejando de lado la aplicación Whatsapp por ser una red social de uso privado y que acumula el mayor porcentaje de uso con el 78%, según datos de una encuesta realizada por la consultora Delfos (2017) a nivel provincial en abril de 2017, en Córdoba las redes semipúblicas más utilizadas eran Facebook (con el 69%), Youtube (con el 54%) e Instagram (con el 22%). Más atrás se encontraban Twitter y Snapchat (con el 13% y el 4%, respectivamente).

La empresa consultora también remarca entre otros datos relacionados, que Instagram es la red con mayor crecimiento, contando con más de 600 millones de usuarios comprendidos, en su mayoría, por personas menores de 35 años.

7.3.3. Aplicaciones y usos

Luego de una delimitación, decidimos incluir en el proyecto de documental interactivo transmedia las siguientes aplicaciones y plataformas *online*.

i) Quest

Siguiendo la clasificación propuesta por Cobo Romaní (2007), QUEST es una aplicación/servicio. Permite la creación de narrativas interactivas del tipo librojuego. Los librojuegos son obras literarias que buscan el involucramiento del lector en el seno de la historia permitiéndole decidir sobre el curso de esta, siendo el ejemplo más famoso la saga de libros *Elige tu propia aventura*. Esta aplicación es gratuita y permite la creación de la clásica narrativa en árbol propia de las narrativas interactivas, la edición de los textos de forma simple e intuitiva e incluso el agregado de multimedia al relato.

ii) Facebook

Facebook es la red social semipública con mayor cantidad de usuarios en Argentina. Permite la creación de cuentas personales, grupos y páginas no personales desde los cuales se puede publicar una variedad de contenidos e incluso publicitarlos fácilmente. Resulta uno de los servicios con mayor cantidad de recursos concentrados ya que permite la publicación de texto, fotos, imágenes GIF, videos e hiperenlaces. Además, cuenta con herramientas para la transmisión en vivo de video.

iii) Instagram

Instagram es una red social que permite la publicación de fotos y videos. Enfocada específicamente para usuarios desde teléfonos móviles, brinda herramientas simples de edición de videos y fotos para personalizar el contenido. Al igual que Facebook, permite la transmisión en vivo de video. Actualmente, incorporó también la publicación de ‘historias’, es decir, de videos de corta duración que permanecen publicados por un período de 24 horas, a los que pueden agregarse texto, dibujos y emoticonos.

iv) Youtube

Youtube es un sitio web para alojar y visualizar videos. El registro en el sitio permite la creación simple de un canal propio que permite almacenar videos en listas de reproducción y subir videos propios en alta definición. De simple uso, Youtube permite la distribución en otros sitios de los videos ahí alojadas mediante una herramienta para

compartir que otorga al usuario un enlace corto o un código HTML si acaso el usuario desea incrustar el video en su sitio web. Además, el administrador de videos de Youtube permite no solo la edición simple de videos —cortes, corrección de color, herramienta estabilizadora de la imagen, agregado de subtítulos, etcétera—, sino también el acceso a otras herramientas relevantes como las estadísticas del canal y de cada video — por cantidad de visualizaciones, tiempo, país, sexo, acceso, etcétera—.

v) *Wordpress*

Siguiendo a Cobo Romaní (2007), Wordpress es una hibridación entre herramienta de contenido y aplicación/servicio que permite crear y mantener un sitio web. De uso gratuito limitado —existen distintas tarifas para ampliar los servicios disponibles—, Wordpress permite crear una página web de forma simple e intuitiva y deja a disposición del usuario una gama amplia de herramientas de gestión de contenido que permite la personalización del sitio al usuario sin conocimientos de programación.

7.4. Procesos para la realización del proyecto transmedia

7.4.1. *Preproducción, producción y posproducción del proyecto*

La creación de un producto de comunicación responde siempre a un proceso de producción. Como todo proyecto audiovisual, los proyectos transmedia cuentan con distintas etapas de producción, en las que se combinan los procesos propios de los relatos audiovisuales documentales con procesos específicos que son necesarios para llevar adelante experiencias con otros soportes y tecnologías.

Preproducción

La primera etapa del proceso de producción es la preproducción, en la cual se toman las decisiones que ponen en marcha al proyecto y las necesarias para que se pueda desarrollar de manera planificada.

Inicialmente se realiza la elección del tema y se lleva adelante la tarea de investigación necesaria para poder desarrollar luego el guion. Lo más importante del tiempo destinado a la preproducción es la planificación y organización de los recursos y el tiempo que se van a utilizar en la ejecución del proyecto.

En *Micromachismos, una experiencia transmedia*, atendiendo a las particularidades de la narrativa elegida se contemplan distintas acciones a realizar dentro de la fase de preproducción (algunas ya realizadas para la presentación del prototipo para esta tesis y otras que se realizarán al momento de llevar a cabo el proyecto):

- Idea: inicialmente se partió del tema que iba a ser desarrollado. Se realizó una investigación sobre el mismo y posteriormente una elección de ejes temáticos y posibles historias para contar. Posteriormente, se realizan las elecciones relacionadas a las potencialidades de cada historia para ser contadas en una u otra plataforma.
- Realización de bosquejo de historias con sus plataformas y conexiones para atender las necesidades específicas al momento de producir el documental.
- Confección de la biblia transmedia (ver punto 7.3.2)
- Conformación del equipo técnico tentativo acorde a las plataformas utilizadas: productor ejecutivo, director, jefe de producción, guionista, asistentes de producción y dirección, *community manager*, diseñador gráfico, director de fotografía, camarógrafos, desarrollador web y de videojuego, sonidista, montajista, técnico eléctrico.
- Realización de cronograma o plan de trabajo del proyecto (ver carpeta en el apartado correspondiente). El cronograma o plan de trabajo es uno de los instrumentos más importantes que se confecciona en la etapa de preproducción. Es la base organizativa de todo el proyecto y del presupuesto general. Se realiza el listado completo de las actividades que se van a ejecutar en el desarrollo de todo el proyecto, lo que nos permite visualizar tiempos, fechas y recursos implicados. Es importante respetar de inicio a fin el plan de trabajo.
- Realización de presupuesto. (ver carpeta en el apartado correspondiente). En todo proyecto audiovisual se realiza un presupuesto con el fin de poder contemplar los costos totales de la producción y la inversión que se necesita para poder concretarlo.

Para que no se presenten inconvenientes durante la ejecución del proyecto, hay que ser precisos a la hora de presupuestar. Se realiza un desglose general del proyecto —en nuestro caso desde la idea, pasando por todas las plataformas— para poder listar todos los gastos posibles: contratación de personal y servicios, compras necesarias, alquileres, etcétera. El presupuesto, además, es una herramienta útil al momento de buscar distintos

modos de financiación porque muestra de manera clara y organizada las necesidades económicas del proyecto de inicio a fin. El presupuesto se presenta a través de una planilla con rubros y subrubros de gastos a cubrir y se vale de distintos convenios de trabajo (según sean producciones para cine, TV, etc.) para calcular los pagos que se realizan al equipo técnico. En nuestro proyecto, los salarios de los técnicos están actualizados a escala SAT 2018.

- Sincronización de soportes narrativos. Corresponde a la organización, en un gráfico, de la publicación de contenidos en las plataformas en el tiempo. Mientras que en el eje horizontal se distribuye el tiempo en días, semanas o meses, en el eje vertical se distribuyen las distintas plataformas utilizadas para la narración.
- Preentrevistas a entrevistados y personajes de la narración, confección y firma de permisos de uso de imagen y música, búsqueda de locaciones, visita a locaciones con el equipo técnico —verificación de condiciones de luz y sonido para filmar, y de si es necesario solicitar permisos de grabación para los días de rodaje—, planificación de logística y catering, alquiler de equipos y gestión de seguros (de equipos y equipo técnico en rodaje), redacción de guion técnico, contratación de equipo técnico y proveedores varios.
- Guion: se realizan los guiones para todas las plataformas involucradas, en nuestro caso juego, web, cortos documentales, redes sociales.
- Diseños de prototipos de página web, juego *online*, redes sociales.

Producción

En esta etapa se concreta el proyecto, se ejecuta todo lo planeado y estipulado en la preproducción, etapa de la que depende en su totalidad para que sea una producción sin sobresaltos ni imprevistos. Es el momento en el que se llevan adelante todos los procesos técnicos y artísticos necesarios para la ejecución de la experiencia transmedia.

En nuestra propuesta, correspondería la grabación de todo el material audiovisual que necesita el guion, la realización de la página web que va a contener toda la experiencia transmedia, la producción del juego, la configuración de las redes sociales y el canal de video que va a servir de soporte para los cortos documentales.

Al igual que en la etapa previa, se tiene que tener en cuenta las particularidades de cada soporte a la hora de la producción, atendiendo procedimientos técnicos específicos como así también la propuesta estética y el diseño. También se realizarán las

pruebas necesarias para corroborar el correcto funcionamiento de las distintas redes y soportes narrativos.

Posproducción

Esta es la última etapa del proceso de producción.

En el caso de proyecto que proponemos, en esta etapa correspondería la edición de todo lo grabado durante la etapa de producción —con posproducción de imagen y sonido— y la transformación en los videos que estarán disponibles en la página web. También la verificación del funcionamiento final de todas las plataformas y soportes quedando así disponible el producto final para ser puesto en línea.

7.5. El potencial colaborativo del documental interactivo transmedia como herramienta de cambio social

Como ya señalamos en reiteradas ocasiones, el documental interactivo transmedia es un género que expande los contenidos a distintos medios y plataformas incentivando la participación de los usuarios. Tales fueron las características que nos interesaron al momento de elegir este dispositivo de comunicación capaz de abordar un tema complejo como el que nos interesó.

Pero además, según Arnau Gifreu (2015), es posible concebir que si se aplican narrativas transmedia al género documental, el producto resultante “tiene la potencialidad de utilizar un conjunto de estrategias de empoderamiento ciudadano que desde la sociedad civil pueden contribuir a la transformación de las injusticias y las desigualdades sociales” (p. 17).

En todo el mundo, y en Argentina también, pueden encontrarse cada vez mayor cantidad de producciones transmedia de no ficción enfocadas en fenómenos y problemáticas sociales que tienen el claro objetivo de lograr cambios mediante el involucramiento y la conexión de usuarios. De este modo:

Los medios digitales facilitan la difusión de información, de contenidos educativos y de conocimiento en general, abriendo nuevas vías para el empoderamiento ciudadano, para la denuncia de los asuntos que afectan a la colectividad, para el planteamiento de nuevas vías de crecimiento, y para

la discusión de los problemas públicos de la sociedad en general. (Gifreu y Moreno, 2015, p. 165)

Fenómenos como la llamada primavera árabe (2011) o la organización y movilización del movimiento independentista catalán (2017) han demostrado la manera en que los acontecimientos sociales llegan a las redes y pueden generar debates y discusiones, así como organizar acciones conjuntas o generar cambios por fuera del movimiento mismo. De este modo, cabe pensar en el potencial de los documentales interactivos transmedia como herramientas “para crear y construir comunidades globales en línea e involucrar activamente a sus usuarios” (Gifreu, 2015, p. 7). Si a esto se le suma el carácter colectivo del activismo, dice Gifreu que “es razonable sugerir que un posible papel para el documental digital en el activismo de hoy en día podría ser el de permitir a personas con ideas afines actuar conjuntamente sobre los problemas del mundo real” (Gifreu, 2015, p. 7)

Uno de los aspectos más destacados de un documental interactivo transmedia que ofrece el involucramiento y la participación a los usuarios es la posibilidad de víctimas, damnificados, comunidades afectadas, etcétera, de circular por las plataformas y expresarse libremente. De este modo, un documental de estas características tiene el potencial de funcionar como una herramienta de empoderamiento social, aportando diálogo entre ‘protagonistas’ y ‘espectadores’.

Arnau Gifreu (2015) analiza una serie de proyectos documentales interactivos transmedia sobre género y derechos de las mujeres y observa que en los casos estudiados se deduce que:

En la intersección entre las tecnologías digitales y el género documental se abre un espacio muy interesante de exploración a la hora de narrar historias de no ficción. Por una parte, llegar a conformar una comunidad activa implica pensar los proyectos desde la óptica de las audiencias; por otra, este tipo de proyectos tiene el potencial de renovar aquello por lo que el género documental fue creado: insertarse en todo tipo de realidades sociales y crear sinergias entre autores, sujetos y audiencias que nos desafíen a entender nuestra realidad de nuevas maneras. (p. 21-22)

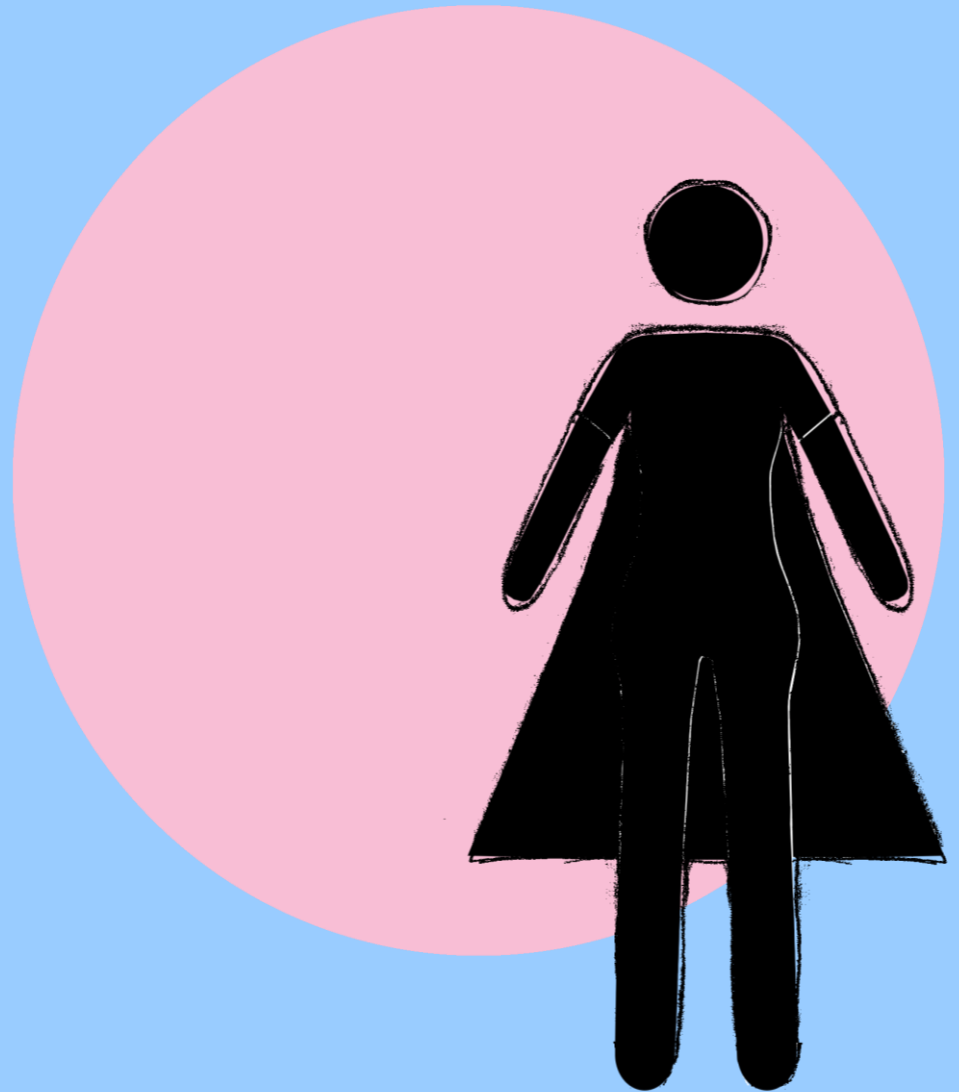
Así, si un proyecto documental transmedia es capaz de vehicular las estrategias correctas, puede desplegar, a través de diferentes medios, plataformas y lenguajes, una

función social que no solo exhiba una narración, sino que también constituya una herramienta para sensibilizar y transformar la sociedad.

De este modo, en nuestro rol de comunicadoras, y con el interés puesto en concebir un producto tan accesible como sea posible y que sea disparador de reflexiones y discusiones colectivas, nace *Micromachismos: una experiencia transmedia*, que presentamos a continuación.

micro**MACHISMOS:**

Una experiencia transmedia



Proyecto de documental interactivo transmedia

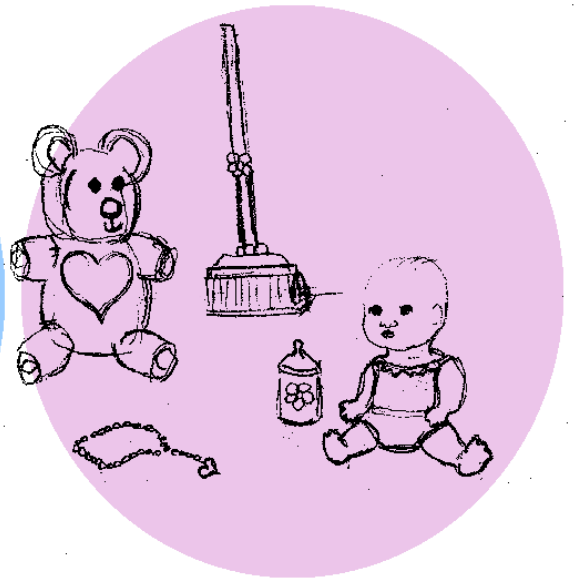
Autoras:
Natalia Comello y Sofía Gual
Marzo de 2018



EL CONTEXTO

En Argentina, según cifras del 2017, muere una mujer cada 30 horas por violencia de género. Ese número se cuenta desde hace apenas unos años, no porque la violencia machista sea un fenómeno novedoso sino porque hasta la implosión popular que convocó en 2015 la primera movilización contra la violencia hacia las mujeres bajo la consigna “Ni una menos”, la violencia de género había sido, en mayor o menor medida, invisibilizada desde todos los ámbitos: el Estado, la justicia, los medios.

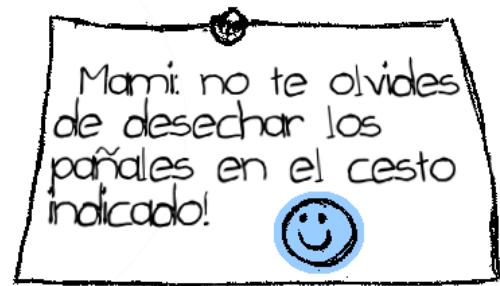
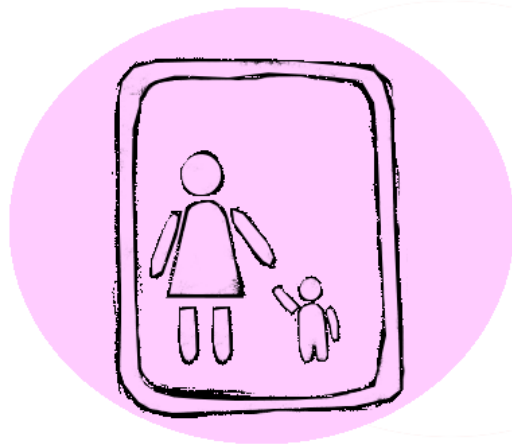
La protesta por el alarmante número de femicidios en la Argentina marcó y sigue marcando la coyuntura social. Sin dudas, se ha constituido un momento de diálogo y debate acerca de una cuestión que sigue resultando para muchos incómoda de abordar: el machismo. Pero si acaso todos condenan su expresión extrema, el femicidio, existe todavía una reticencia en hombres y mujeres a hablar del machismo como un elemento que sigue atravesando las prácticas y ámbitos más cotidianos.



UN ACERCAMIENTO DIFERENTE A LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Los micromachismos son microviolencias de género, naturalizadas y no tan perceptibles. Al igual que sucede con las violencias de género más explícitas, los micromachismos guardan la idea de que la mujer, por ser mujer, tiene ciertas características y debe ocupar unos roles específicos que vienen dictados por la naturaleza y que la ponen en un lugar que la hace inferior o dominable por el hombre.

Los micromachismos son prácticas que atraviesan todos los contextos de la vida pública y privada de las mujeres: la familia, la justicia, la salud, el trabajo, las relaciones de pareja.



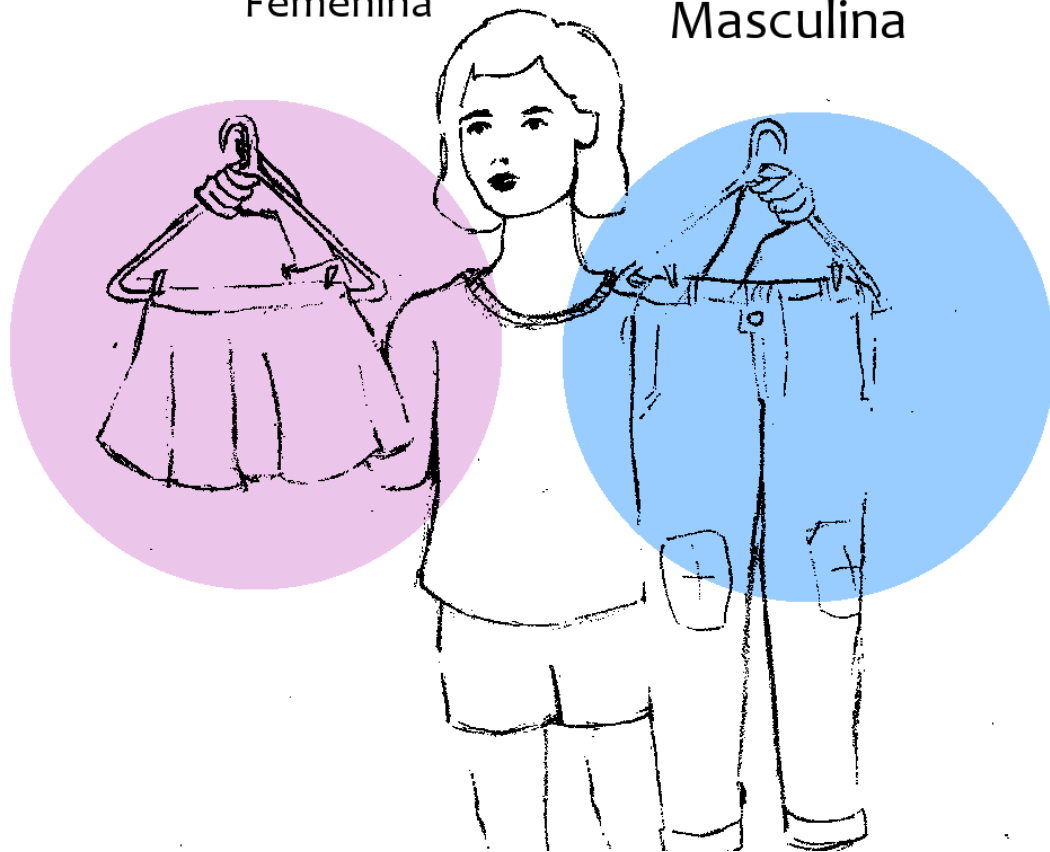
Que la mujer tiene como último propósito la maternidad, que es por naturaleza sensible, que necesita protección, que es “compleja”, etc. Esas concepciones son la base de los micromachismos y estereotipan, vulneran y deslegitiman a las mujeres desde todos los puntos de vista. En última instancia, derivan en la idea de que la mujer, por ejemplo, no puede decirle que no a un hombre en determinadas circunstancias, de que se viste para gustar al hombre y que por lo tanto se “expone” al salir vestida de cierta manera, de que si se enfoca en su carrera profesional no debería desear ser además madre o de que para ser una buena madre debe enfocarse en la maternidad y dejar de lado el trabajo, etcétera.

Esas ideas son reproducidas por las personas, por los medios de comunicación, por determinadas representaciones culturales, y funcionan finalmente como legitimadoras de las violencias de género más agresivas.

Micromachismos: una experiencia transmedia busca poner en evidencia todo aquello naturalizado y ponerlo en discusión, planteando un acercamiento diferente y necesario en relación a la problemática del machismo y la violencia de género: ¿qué sucede si nos ponemos en el lugar de una mujer en una situación cotidiana y experimentamos la presión y las microviolencias a las que el contexto la somete?



Fácil Descuidada
Provocativa
Femenina Masculina



SÍNTESIS DEL PROYECTO

Micromachismos: una experiencia transmedia, apunta a reflexionar sobre el abanico de decisiones que se despliega en las situaciones más cotidianas de la vida de una mujer y que tienen su raíz en un contexto que deslegitima, vulnera y juzga a las mujeres. Cada decisión tomada por una mujer, así como la manera en que decide ser y definirse, constituyen generalmente blanco de juicios machistas: la mujer es generalmente juzgada por cualquier decisión que tome. Si decide caminar por la ciudad a la noche debe atenerse a las consecuencias de lo que pueda sucederle, si decide ponerse una pollera o si decide viajar sola, también.

Micromachismos: una experiencia transmedia es un documental interactivo transmedia cuyo elemento principal es un **librojuego digital** de narración interactiva al estilo de *Elige tu propia aventura*. El librojuego consta de cuatro capítulos de publicación semanal cuyas premisas parten de situaciones cotidianas de la vida de una protagonista ficticia. En el juego, los usuarios se ponen en el lugar de Carla y toman decisiones por ella en los contextos de una salida nocturna a un bar, una entrevista de trabajo, una visita a un ginecólogo y un fin de semana con su novio.

Carla, el personaje ficticio tendrá voz propia desde **redes sociales** (Facebook e Instagram). Desde ese lugar, Carla generará conversaciones con los usuarios, expandiendo el tema semanal del librojuego con dos grupos de contenidos: revisiones de la naturalización mediática de los micromachismos (a través de la publicación de fotos de artículos, citas y portadas de revistas “femeninas”, publicidades y contenidos similares) y luego con estadísticas y datos que ayuden a entender cuál es la situación de las mujeres en Argentina y Latinoamérica. Carla, la protagonista ficticia, será un personaje activo en redes sociales y generará desde allí espacios de participación y debate con los usuarios.

La experiencia del juego y de la interacción con el personaje estará enriquecida según el tema tratado cada semana por una serie de **cortos documentales**, también de publicación semanal, en los que mujeres de diversas edades, profesiones y procedencias cuentan sus historias reales con microviolencias de género en distintos contextos.

Un **sitio web** del proyecto será la plataforma base en donde el contenido de cada mundo narrativo (los capítulos del librojuego, los cortos documentales, enlaces a las redes sociales, etcétera) irá organizándose en secciones y donde además se expondrá la información relativa al proyecto. Será el sitio web el que, una vez que se hayan publicado todos los contenidos de la experiencia, lo organizará en un recorrido, a modo de *webdoc*, de manera que el usuario pueda, con el *scroll* del mouse, recorrer los nodos de la experiencia por capítulos.

Micromachismos: una experiencia transmedia funciona globalmente como relato de no ficción, entremezclando elementos ficcionales y elementos documentales. Cada usuario elige el recorrido que desea hacer: ver sólo los cortos documentales, jugar el juego o simplemente seguir en redes al personaje ficticio. El universo narrativo, integrado de forma coherente, constituye una experiencia que pretende hacer que el usuario comprenda los condicionantes externos a los que las mujeres se enfrentan en su cotidianidad.



MOTIVACIÓN DEL PROponente

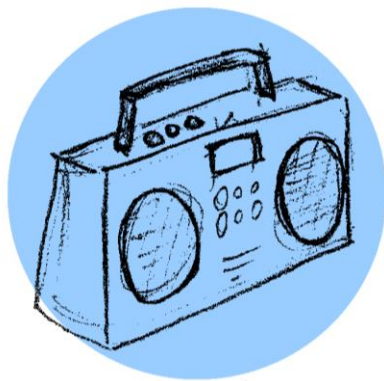
Es a partir de la grave situación de violencia hacia las mujeres en Argentina que nacieron en las autoras del presente proyecto, como mujeres y comunicadoras, las preguntas alrededor de las cuales se entretijeron cada uno de los mundos que componen el universo narrativo de *Micromachismos: una experiencia transmedia*. ¿Cuál es el germen de la compleja coyuntura actual? ¿Qué ideas subyacen a las distintas formas de violencia de género? ¿Existe acaso una raíz del problema? ¿Cuál es? ¿De qué forma se puede llamar a una reflexión que se salga del lugar común de la condena solo a la agresión física?

Todas esas preguntas alentaron una búsqueda que arrojó luz sobre un contexto complejo: datos, estadísticas e investigaciones de distinto calibre se hacen eco de la forma en que desde los más diversos lugares, de distintas maneras y en diferentes niveles, se reproduce la idea de que las mujeres, por ser mujeres, son o deberían ser de determinada manera y cumplir determinados roles.

¿Qué sucede, entonces, si una mujer no cumple con esas expectativas? ¿Podría un empleador enojarse cuando una de sus trabajadoras se embaraza porque trabajo y maternidad son, desde un punto de vista generalmente legitimado, incompatibles? ¿Podría un hombre ofenderse porque su esposa gane más dinero que él? ¿Podría un hombre pensar tiene algún derecho sobre el cuerpo de una mujer porque según él una mujer que se maquilla y se viste especialmente para provocar su atención?

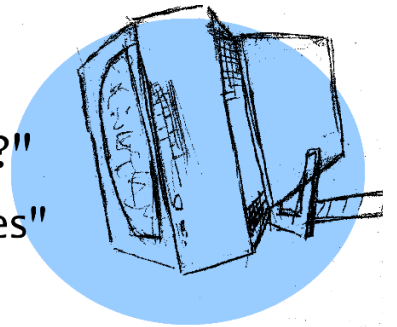
Es por eso que *Micromachismos: una experiencia transmedia* plantea como eje un juego. En la experiencia del juego, el destino que espera tras la decisión de un usuario no es lo que importa, sino la existencia constante de situaciones que exigen elecciones de parte de las mujeres. Elecciones que no están relacionadas a ninguna aventura, sino a miedos y presiones preexistentes: naturalizadas por artículos de revistas femeninas que dicen que hay que vestirse de cierto modo, por noticias que afirman que mataron a una joven porque volvió a su casa caminando, por comentarios y opiniones en redes sociales que dicen que las mujeres deben hacer ciertas cosas y no otras. En fin, por todo aquello que reproduce la idea de que las mujeres son en última instancia responsables de los actos machistas de los que son víctimas. El juego de rol, en conclusión, busca la identificación de los usuarios con el personaje femenino ficticio y utiliza la bifurcación de opciones como elemento para visibilizar el abanico de decisiones que las mujeres deben tomar presionadas por un contexto machista. A partir de ahí, los demás mundos narrativos amplían la experiencia del juego para ir más allá en la reflexión.

Partiendo de la convicción de sus autoras de que el problema de la violencia de género se erradica con un cambio que debe ser más profundo que la concientización sobre las violencias más explícitas, y que debe incluir una profunda reflexión sobre los cánones machistas que atraviesan todos los ámbitos de nuestra sociedad, ***Micromachismos: una experiencia transmedia*** es, en suma, un recorrido que invita a hacerse preguntas y a ensayar algunas respuestas muy necesarias para los tiempos que corren.



Eres mía
(mía, mía, mía)
No te hagas la loca,
eso muy bien ya lo sabías

"¿Pero **vos** cómo ibas vestida?"
"La víctima: una **fanática** de los boliches"
"Viajaban **solas**"
"La mujer se realiza cuando es **madre**"



DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Asistimos a un momento mediáticamente sin precedentes. Mientras hasta hace unas décadas la realidad se miraba y se analizaba desde aquello que los grandes medios de comunicación mostraban, la aparición de Internet y la evolución de la web a formas colaborativas y de encuentro pone en discusión y fisura ese modelo unidireccional tradicional.

¿Qué pasa cuando nos damos cuenta de que cada uno de nosotros tiene algo que decir? Aún más, ¿qué pasa cuando descubrimos que existen las herramientas que nos permiten exponer nuestros puntos de vista y conversar sobre ellos con otras personas?

Es en este contexto mediático que se pueden pensar en productos de comunicación capaces de funcionar como conversatorios sobre los temas que nos interesan y nos preocupan. El transmedia puede complejizar un proyecto de comunicación generando conversaciones sociales a través de tres elementos: la narración, la tecnología y la participación.

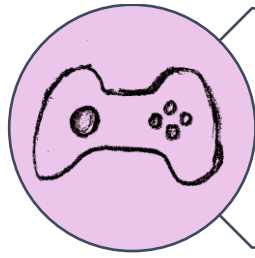
Las narrativas transmedia permiten la expansión de un universo narrativo —en nuestro caso, el tema de los micromachismos— en distintos mundos, con una diversidad de historias y en diferentes plataformas. La experimentación por ese universo es libre según la voluntad del usuario, que elige qué quiere ver, en qué orden y cuánto participar. La expansión del universo en historias y plataformas aprovecha a su vez el potencial de cada medio, acomodándose a sus especificidades y usos para sacarles el máximo provecho.

Aprovechando la accesibilidad de Internet, todo el proyecto fue pensado para una audiencia amplia, desde jóvenes y adolescentes hasta personas adultas, con acceso a una conexión básica a Internet. Mientras lo producido para redes sociales puede tener mayor alcance a un público joven, el sitio web y la serie de cortos documentales que se proponen pueden interesar a un público mayor. En cualquier caso, todos los productos son accesibles y no se requiere para verlos, ningún conocimiento específico ni acceso a sitios desconocidos por un usuario estándar de Internet. Los productos de la experiencia son accesibles desde una computadora de escritorio o un teléfono inteligente básico.

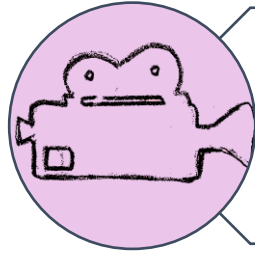
UNIVERSO NARRATIVO Y PLATAFORMAS

¿Cómo se estructura la experiencia del usuario?

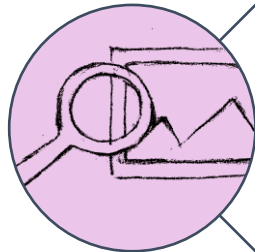
El universo narrativo de “Micromachismos: una experiencia transmedia” se estructura a lo largo de cuatro semanas con la publicación de distintos contenidos en diferentes plataformas y formatos.



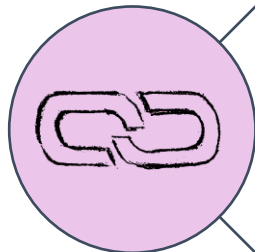
- **Contenido:** Aventura ficcional interactiva sobre las complicaciones de ser mujer en situaciones cotidianas
- **Formato y plataforma:** librojuego digital alojado en sitio web.



- **Contenido:** Historias de mujeres reales que sufrieron micromachismos en situaciones cotidianas.
- **Formato y plataforma:** cortos documentales en Youtube.



- **Contenido:** Recopilación de citas, títulos, portadas y publicidades en medios de comunicación, que naturalizan y perpetúan miradas machistas sobre las mujeres.
- **Formato y plataforma:** publicaciones en Facebook e Instagram.



- **Contenido:** Recopilación de datos y estadísticas acerca de la situación de las mujeres como víctimas de machismo en Argentina y Latinoamérica.
- **Formato y plataforma:** Publicaciones en Facebook e Instagram.

Los distintos mundos están conectados por un hilo principal: el eje de toda la experiencia es la historia ficcional de Carla, una joven que invita a sus amigos en las redes a ayudarla con una serie de eventos cotidianos que no sabe cómo encarar: una salida nocturna a un bar, una entrevista de trabajo, una visita al ginecólogo y una salida con su novio.

En un primero momento, en los días previos a cada evento al que debe asistir, desde el Facebook e Instagram de Carla se prepara el terreno para la experiencia. Entonces, Carla busca, comparte e intercambia con los usuarios artículos, publicidades y portadas de revistas para responder a algunas de las preguntas del conflicto ficticio: cómo resolver la situación de la semana. Estas publicaciones buscan la respuesta a la pregunta: ¿qué debe hacer una mujer para que las cosas salgan bien en distintas situaciones según el imaginario mediático y publicitario? ¿Cómo debe ser y actuar? Así, se problematiza al respecto de las ideas que los medios reproducen con respecto a la mujer.

En un segundo momento, el día en que es el evento, Carla publica el capítulo del librojuego de la semana en su Facebook: los usuarios tienen la posibilidad de ponerse en su piel y tomar decisiones por ella. El librojuego digital aborda las dificultades y las presiones a las que las mujeres se enfrentan en las situaciones más cotidianas por su condición de mujer en una sociedad machista.

En tercer lugar, al final de cada capítulo, el librojuego proporciona al usuario el link para visualizar un corto documental en el que mujeres reales cuentan sus propios recorridos en ámbitos cotidianos rodeadas de micromachismos. Para quienes no hayan jugado el juego, el enlace a cada corto documental es publicado al día siguiente de la publicación del capítulo del librojuego en la web del proyecto y en el Facebook de Carla.

En cuarto lugar, los días siguientes a la publicación del capítulo del librojuego y el corto documental, Carla publica en sus redes sociales artículos con información, datos y estadísticas acerca de la situación de las mujeres en Argentina y la región.

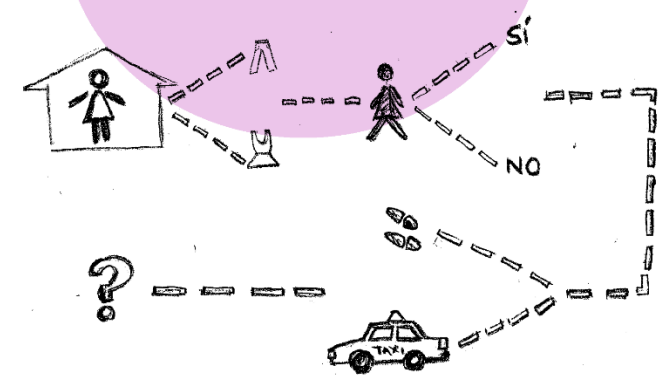
1) Micromachismos en los medios de comunicación

en los medios de comunicación



2) Micromachismos en primera persona

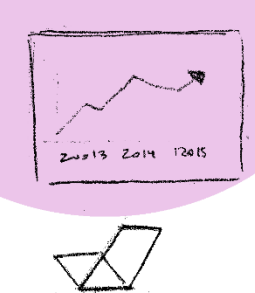
Elige la aventura de Carla

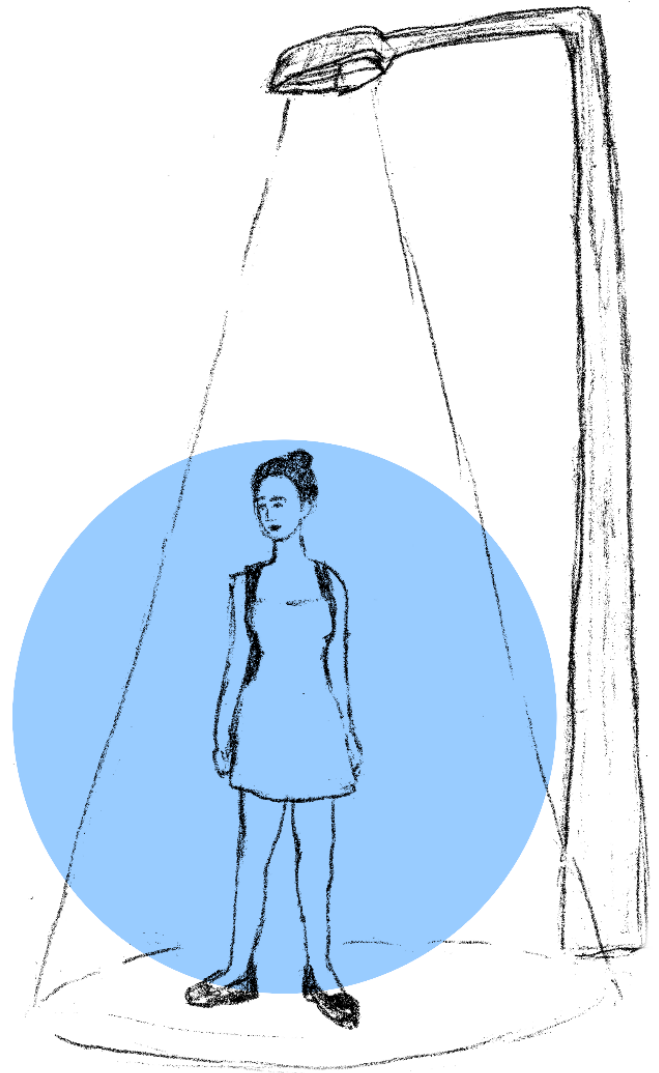


3) Micromachismos: una experiencia universal

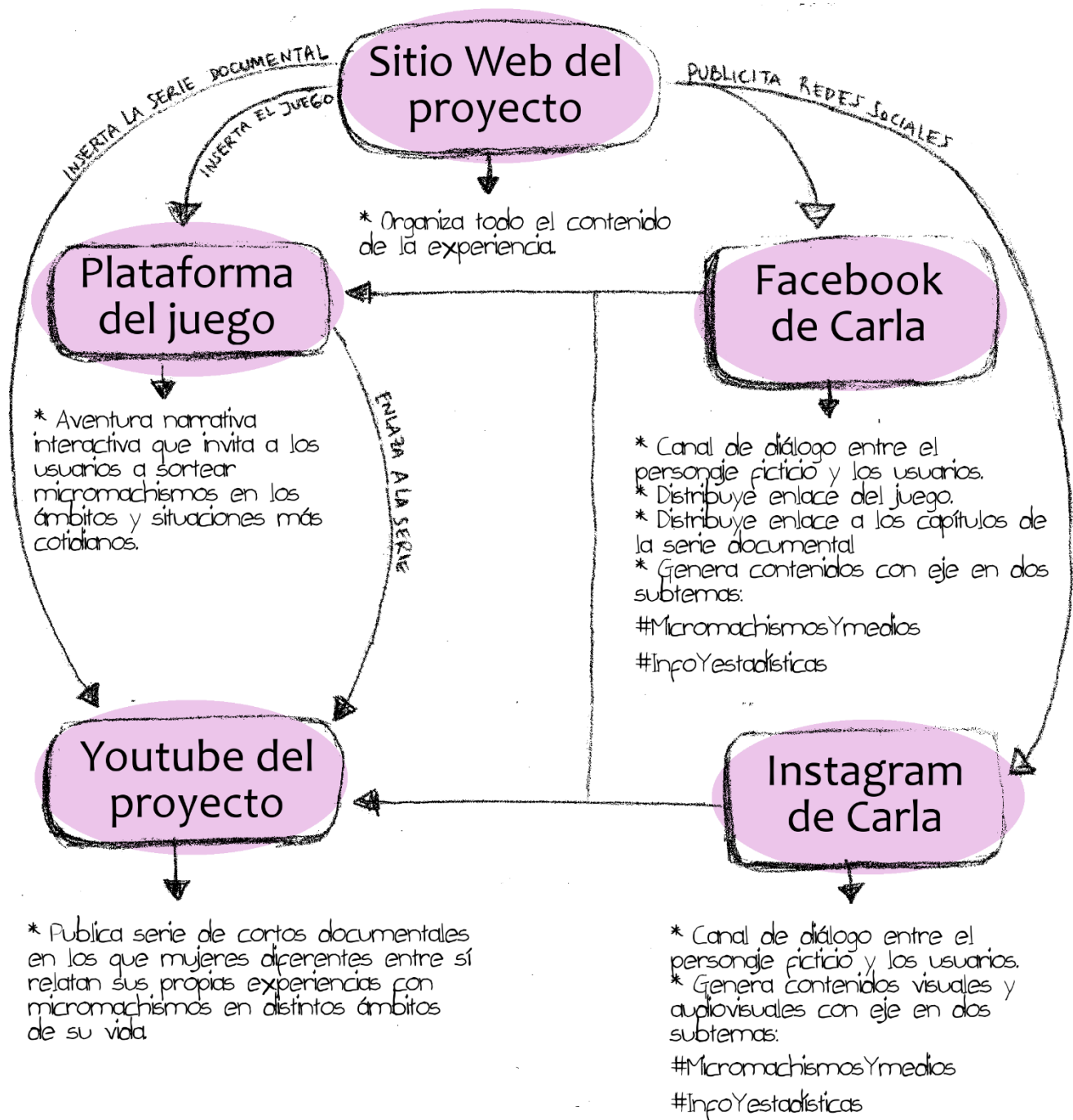


4) Estadísticas, datos e información





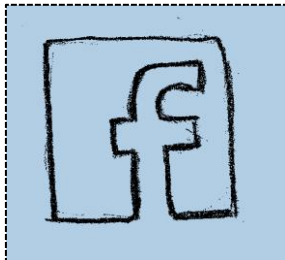
MAPA DE LA EXPERIENCIA



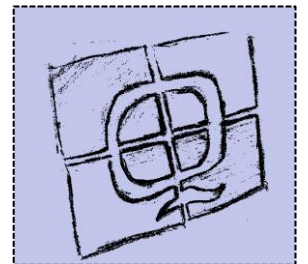
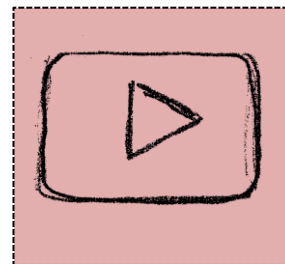
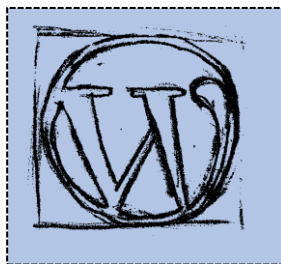
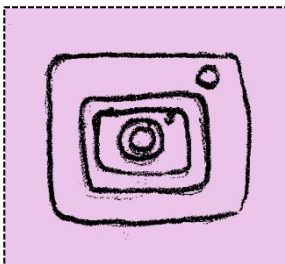
* Publica serie de cortos documentales en los que mujeres diferentes entre sí relatan sus propias experiencias con micromachismos en distintos ámbitos de su vida.

* Canal de diálogo entre el personaje ficticio y los usuarios.
 * Genera contenidos visuales y audiovisuales con eje en dos subtemas:
 #MicromachismosYmedios
 #InfoYestadísticas

PLATAFORMAS UTILIZADAS



Las plataformas utilizadas para la realización de esta experiencia son Facebook, Instagram, Wordpress, Youtube y Quest. Todas estas plataformas cuentan con diseño adaptable a dispositivos móviles como *smartphones*.



LIBROJUEGO DIGITAL

ESPECIFICACIONES

- Juego de narración en árbol, interactiva y ficcional. Cuatro capítulos semanales.
- Software de programación: Quest 5.7.1
- Plataforma de publicación: textadventures.co.uk

SINOPSIS

Carla, una joven que debe enfrentarse a una serie de situaciones cotidianas, utiliza sus redes sociales para pedir consejo y resolver las distintas disyuntivas que se abren ante cada situación y que le resultan conflictivas: una fiesta en un bar de la que no sabe cómo volver a su casa, una entrevista de trabajo para la que no se siente preparada, una visita a un nuevo ginecólogo y un fin de semana con su novio con quien estuvo peleada. En su camino, las decisiones que puede tomar pesan por sí solas, no importa qué consecuencias tengan.

Historias

La narración interactiva del librojuego implica que, salvo las situaciones iniciales, los desarrollos de cada capítulo dependen mayormente de las decisiones que tome cada usuario para Carla. Exponemos a continuación los planteos de cada capítulo:

Capítulo 1: Salida al bar de noche

Carla se prepara para el cumpleaños de su amiga, Mariana. Cuando tiene todo prácticamente organizado para ir a su casa (donde se festejará) y quedarse ahí a dormir, Mariana le avisa que hará el festejo en un bar. Sin tener aún resuelto cómo hará para volverse del bar, Carla se embarca en una aventura no tan divertida como esperaba.

Capítulo 2: La entrevista de trabajo

Después de meses de búsqueda y ya desesperada por trabajar, Carla recibe la noticia de que quedó preseleccionada para un puesto en un comercio y que sólo debe asistir a una última entrevista para ver si queda. Abrumada por los consejos de amigos, padres y novio sobre la manera en que debe vestirse y actuar, Carla se alista para una entrevista en la que debe decir nada menos que lo correcto si quiere el puesto.

Capítulo 3: Visita al ginecólogo

Un síntoma molesto preocupa a Carla, que cuando descubre que su ginecólogo de siempre ya no atiende su obra social, saca turno con uno nuevo. Mientras espera en la sala de obstetricia y ginecología de la clínica, Carla observa las vicisitudes de otras mujeres, algunas embarazadas, que esperan con ella en el hospital y se prepara para la cita médica más incómoda que jamás vaya a tener.

Capítulo 4: Fin de semana de novios

Después de dos semanas distanciados, Carla y su novio se reconcilian y deciden tomarse un fin de semana para relajarse y recuperar lazos. Pero Carla nota que su novio actúa exageradamente en algunas cuestiones y las cosas empiezan a salir mal.

CORTOS DOCUMENTALES

ESPECIFICACIONES

- Cuatro capítulos
- Género documental
- Duración aproximada: 6 minutos
- Publicación semanal
- Plataforma de publicación: Youtube

SINOPSIS.

Doce mujeres de distinta edad, procedencia y profesión son entrevistadas. Desde sus particularidades y sus diferencias, todas comparten una cosa: alguna vez han vivido una situación de microviolencia en distintos espacios por el hecho de ser mujeres. Doce relatos de experiencias personales que se entretajan mutuamente, haciendo evidente la condición universal de la posición desigual de la mujer en todos los ámbitos de la sociedad.

ARGUMENTO.

En línea con la propuesta interactiva del librojuego digital de *Micromachismos: una experiencia transmedia*, los cortos documentales recopilan las peripecias de un grupo de mujeres que no se conocen, en distintos contextos y situaciones. Cada corto, protagonizado por tres mujeres diferentes con sus testimonios, pretende iluminar cuál es la situación de las mujeres en los varios ámbitos que habitan: La vida pública y nocturna, la salud, el trabajo y las relaciones de pareja.

Todas las mujeres que prestan su testimonio cuentan situaciones en que fueron vulneradas, presionadas o deslegitimadas por ser mujeres. Para algunas, sus relatos forman parte de una vivencia que las marcó como mujeres; para otras, son parte de muchas otras historias similares. Las sensaciones de cada una, la manera en que vehiculizan sus sentimientos hacia ese recuerdo, todo eso forma parte de un relato que entrelaza cada testimonio y transforma al conjunto en un reconocimiento entre ellas y en su deseo conjunto de una transformación de la posición desigual de las mujeres.

CAPÍTULO 1

Tres mujeres cuentan situaciones que las marcaron en el ámbito de la noche y el espacio público: situaciones hostiles en bares, acoso callejero y las complicaciones de andar por la calle solas son el punto que las encuentra y las hace reflexionar.

CAPÍTULO 2

Tres mujeres cuentan situaciones que las marcaron en el ámbito del trabajo: una entrevista para conseguir un puesto, una reunión con compañeros y una situación en el día a día en sus espacios laborales completan una narración que pone en evidencia el lugar desigual de la mujer en el mundo laboral: la presión de definirse como madre o como profesional, la subestimación, la diferencia en el trato y la desigualdad salarial con sus pares hombres.

CAPÍTULO 3

Tres mujeres cuentan situaciones que las marcaron en el ámbito de la salud: violencia obstétrica y prejuicios de profesionales de la salud por sus elecciones sobre su cuerpo y su sexualidad marcan el rumbo de estas tres historias.

CAPÍTULO 4

Tres mujeres cuentan situaciones que las marcaron en el ámbito de sus relaciones de pareja: legitimados por una idea de amor romántico de raíz machista, los celos, el control y la posesión, hacen que las entrevistadas desarmen ideales que ellas creían pero que descubrieron contrarios a sus propias libertades y deseos.

PROPUESTA ESTÉTICA

Los cortos documentales funcionan en este caso como piezas narrativas unitarias que abordan, cada una, un subtema diferente. Cada corto cuenta las historias de tres mujeres diferentes que narran situaciones en la que se han sentido vulneradas o atacadas como mujeres. Los cortos documentales pretenden evidenciar que situaciones que a primera vista son experiencias individuales, constituyen en realidad eventos de carácter universal para las mujeres. Por eso, se pretende avanzar desde la presentación de cada personaje desde sus individualidades hasta un punto en que sus experiencias como mujeres y sus sensaciones las unen.

El único recurso de los cortos son las entrevistas a cada una, que se realizan por separado, en algún contexto que no opaque la figura de la entrevistada.

El abordaje visual plantea primero una instancia de presentación de los personajes en que la cámara las individualiza marcando la forma en que están vestidas, peinadas o maquilladas, y el relato hace lo propio poniendo sus voces con las que ellas se presentan y dicen sus diferentes nombres, edades y profesiones. Al avanzar, el montaje va entretejiendo los relatos cuando las entrevistadas hablan de sus sensaciones, hasta una conclusión narrativa extraída de alguno de los testimonios, que pone a las tres entrevistadas en una pantalla dividida mirando en la misma dirección para acentuar la idea de identificación entre los relatos.

Las entrevistas se realizan a una cámara con trípode, y se toman imágenes de la entrevistada en ese mismo contexto antes y después de la entrevista. Los planos medios y primeros planos son los más utilizados. La cámara se ubica frente al rostro de la entrevistada a la misma altura de su mirada.

La iluminación que se propone es naturalista, utilizando fuentes de luz naturales y agregando, en caso de que la iluminación sea escasa, fuentes de luz artificial.

El aspecto sonoro está constituido por la toma de sonido directo de las entrevistas. Se utiliza música al comienzo y al final del relato para marcar el inicio y cierre del arco narrativo de cada corto.

REDES SOCIALES

Las redes sociales son en general —y en este proyecto en particular también— centrales para la experiencia transmedia: constituyen los canales de publicidad y distribución de los contenidos de la experiencia, generan sus propios contenidos específicos y sirven para generar participación, interacción y, al final, la construcción de comunidad con los usuarios.

Teniendo en cuenta las especificidades de cada medio, se plantea una estrategia en las siguientes redes con las acciones que se detallan:

FACEBOOK

Se propone la construcción de una *fanpage* de la protagonista ficticia del librojuego. Las publicaciones que allí se realizan están supuestamente hechas, en consecuencia, por Carla, y apuntan a preparar el terreno para la publicación de cada capítulo del librojuego, la reflexión en torno al tema planteado por este y por los cortos documentales, y la conversación con otros usuarios. Para esto último, varias publicaciones incluirán consignas que inviten a los usuarios a opinar, compartir información o experiencias personales.

Cada ciclo de publicaciones en Facebook será semanal y constará de publicaciones diarias:

1. Primero se preparará a los usuarios para la publicación del capítulo correspondiente del librojuego, centrándose este momento en un repaso por el tema Medios y Micromachismos.
2. Posteriormente, se publicará el librojuego el día programado.
3. El día posterior a su publicación, se distribuirá el enlace al corto documental de la semana.
4. Los días posteriores, además, cerrando el ciclo semanal, se sumará la publicación de información y datos acerca de la situación de las mujeres en los ámbitos tratados.

El proyecto hará uso de las herramientas que ofrece Facebook para organizar los contenidos de la experiencia: álbumes de fotos para recopilar las imágenes de portadas de revistas y diarios, enlaces, fotos, videos, etc., para maximizar los beneficios de la utilización de esta red.

Se hará uso también de la herramienta de publicidad de Facebook para promocionar algunas publicaciones y ampliar la llegada a potenciales usuarios.

La pestaña de información de la página de Facebook conectará el perfil con el perfil de Instagram, el canal de Youtube y el sitio web del proyecto.

INSTAGRAM

Se propone la construcción de un perfil en Instagram de la protagonista ficticia del librojuego. Aprovechando el carácter eminentemente visual y fugaz de Instagram (está pensado para el microconsumo desde el celular), la cuenta en Instagram se piensa como una extensión visual de la narrativa ficcional del personaje.

Las publicaciones en Instagram serán diarias y acompañarán al personaje en sus aventuras semanales con los micromachismos: tapas, citas, publicidades y titulares de revistas y diarios que la protagoniza encuentra ampliarán el universo narrativo del tema Micromachismos y Medios. Además, la protagonista, en sus recorridos diarios, compartirá imágenes que aluden a la temática semanal y que encuentra en publicidades callejeras, vidrieras de comercios, carteles en bares, etc.

Instagram también será un medio de contacto entre los hacedores de la experiencia y los usuarios.

YOUTUBE

Por las herramientas simples para la inserción de videos en distintas plataformas, se propone la construcción de un canal de Youtube del proyecto como base para alojar los productos audiovisuales. Específicamente, el canal es el lugar en que publicará la serie de cortos documentales de manera semanal.

SITIO WEB

ESPECIFICACIONES

- Plataforma de inserción: Wordpress 7.1

El sitio web es la plataforma *cero* del proyecto documental transmedia: funciona como un punto de partida que cuenta con el contenido completo de la experiencia. Desde su puesta en línea, el sitio web es el lugar en que se va organizando todas las piezas de la experiencia a medida que van publicándose. Además, funciona como lugar de presentación del proyecto, con su sinopsis, funcionamiento y fundamentación.

Al comienzo, cuando el contenido completo de toda la experiencia aún no se ha publicado, el sitio web presenta el proyecto y enlaza al usuario a las redes para su participación. A medida que van siendo puestos en línea los capítulos del librojuego y de la serie de cortos documentales, el sitio web los recopila.

La idea del proyecto es que, cuando todo el contenido previsto para el mismo haya sido publicado, el sitio web proponga un recorrido único, a modo de *webdoc*, utilizando el *scroll* del mouse, para recorrer por capítulos temáticos el librojuego, los cortos y contenidos extras referentes a los temas #MicromachismosYmedios y #InfoYestadísticas.

CRONOGRAMA DE TRABAJO

Micromachismos: una experiencia transmedia

CRONOGRAMA DE TRABAJO															
Meses	Junio							Julio			Agosto			Septiembre	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Semanas															
PREPRODUCCIÓN	X	X	X	X	X	X									
Investigación	X	X													
Pre-entrevistas cortos	X	X													
Guion transmedia			X	X											
Guion juego			X	X											
Guion cortos documentales			X	X											
Revisión guiones					X	X									
Diseño de identidad gráfica					X	X									
Prototipo juego					X	X									
Prototipo WebDoc					X	X									
Planificación rodaje					X										
Scouting locaciones					X										
Alquiler equipos						X									
Contratación seguros						X									
Alta equipo técnico						X									
Gestión de permisos						X									
Organización de equipos de trabajo						X									
Redes Sociales						X		X	X	X	X	X	X	X	X
RODAJE Y PRODUCCIÓN							X	X							
Entrevistas cortos documentales							X								
Desarrollo juego							X	X							
Desarrollo webdoc							X	X							
POSTPRODUCCIÓN									X	X	X	X	X	X	X
Sincronización y montaje								X	X						
Posproducción color y sonido cortos								X	X						
Diseño								X							
Lanzamiento juego on-line									X	X	X	X	X	X	
Lanzamiento cortos documentales									X	X	X	X	X	X	
Lanzamiento página web									X	X	X	X	X	X	X

PRESUPUESTO Y PLAN FINANCIERO

Micromachismos: una experiencia transmedia

PRESUPUESTO ECONOMICO NETO DE IVA

Micromachismos: Una experiencia transmedia

PRODUCTORAS: Natalia Comello / Sofia Gual

Nº	DENOMINACION DEL RUBRO	TOTAL PRESUPUESTADO
1	DESARROLLO DE PROYECTO	\$28.500
2	MATERIAL DE ARCHIVO	\$0
3	REALIZACIÓN / PRODUCCIÓN	\$290.000
4	EQUIPO TECNICO	\$178.621
5	ELENCO	\$0
6	VESTUARIO	\$0
7	MAQUILLAJE	\$0
8	UTILERIA	\$0
9	ESCENOGRAFIA	\$0
10	MOVILIDAD	\$15.500
11	COMIDAS Y ALOJAMIENTO	\$27.000
12	MUSICA	\$12.724
13	SOPORTE DE REGISTRO	\$5.300
14	PROCESO DE POST-PRODUCCION DE IMAGEN	\$7.000
15	CREACION DE ANIMACIONES (diseño)	\$9.500
16	PROCESO DE POST-PRODUCCION DE SONIDO	\$7.800
17	FUERZA MOTRIZ	\$1.000
18	EQUIPOS DE CAMARAS / LUCES / SONIDO	\$31.550
19	ADMINISTRACION	\$10.102
20	SEGUROS	\$4.203
21	SEGURIDAD	\$900
22	CARGAS SOCIALES	\$46.066
23	DESARROLLO WEB TRANSMEDIA	\$140.000
TOTAL		\$815.766

Micromachismos: una experiencia transmedia

COSTO DE PRODUCCIÓN DESGLOSADO

Micromachismos: Una experiencia transmedia
 PRODUCTORAS: Natalia Comello / Sofía Gual

Nº RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	TOTAL NETO DE IVA
1	DESARROLLO DE PROYECTO	\$28.500
1.1.	PROYECTO	\$0
1.2.	GUION	\$12.000
1.3.	EQUIPO DE INVESTIGACIÓN / GUIONISTA WEB Y JUEGO	\$12.000
1.4.	BIBLIOGRAFÍA	\$0
1.5.	HONORARIOS TRADUCTOR	\$4.500
1.6.	ARCHIVOS PARA EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN	\$0
2	MATERIAL DE ARCHIVO	\$0
2.1.	MATERIAL DE ARCHIVO AUDIOVISUAL	\$0
2.2.	MATERIAL DE ARCHIVO FOTOGRÁFICO	\$0
2.3.	MATERIAL GRÁFICO	\$0
3	REALIZACION / PRODUCCION	\$290.000
3.1.	REALIZADOR INTEGRAL	\$150.000
3.2.	DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	\$0
3.3.	PRODUCTOR EJECUTIVO	\$140.000
4	EQUIPO TECNICO	\$178.621
4.1.	S.I.C.A.	\$178.621
4.2.	COOPERATIVA DE TRABAJO	
4.3.	MERITORIO	
4.4.	OTROS	\$0

Nº RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	COSTO PRESENTADO TOTAL NETO DE IVA
5	ELENCO	\$0
5.1.	ELENCO PRINCIPAL	\$0
5.2.	ELENCO SECUNDARIO	\$0
5.3.	BOLO MAYORES	\$0
5.4.	BOLO MENORES	\$0
5.5.	EXTRAS	\$0
5.6.	OTROS	\$0
6	VESTUARIO	\$0
6.1.	COMPRA DE MATERIALES	\$0
6.2.	REALIZACIONES	\$0
6.3.	ACCESORIOS	\$0
6.4.	ALQUILERES	\$0
6.5.	MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$0
7	MAQUILLAJE	\$0
7.1.	COMPRA DE MATERIALES	\$0
7.2.	ALQUILERES	\$0
7.3.	REALIZACIÓN Y EFECTOS	\$0

Micromachismos: una experiencia transmedia

Nº RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	COSTO PRESENTADO TOTAL NETO DE IVA
8	UTILERIA	\$0
8.1.	ALQUILERES	\$0
8.2.	COMPRAS	\$0
8.3.	REALIZACIONES	\$0
9	ESCENOGRAFIA	\$0
9.1.	LOCACIONES	\$0
9.2.	COMPRA DE MATERIALES	\$0
9.3.	REALIZACIONES	\$0
10	MOVILIDAD	\$15.500
10.1.	VEHICULOS DE PRODUCCIÓN	\$5.000
10.2.	VEHICULOS DE UTILERIA Y ESCENOGRAFIA	
10.3.	TAXIS	\$4.500
10.4.	REMISES	\$0
10.5.	OMNIBUS, TRENES LOCALES, SUBTERRANEOS	\$0
10.6.	MOTHOR HOME, TRAILERS, CAMIONES DE CARGA	\$6.000
10.7.	VIAJES DE RECONOCIMIENTO DE FILMACIÓN	\$0
10.8.	PASAJES AL INTERIOR DEL PAIS	\$0
10.9.	PASAJES AL EXTERIOR DEL PAIS	
10.10.	OTROS PEAJES. GARAGE, ESTACIONAMIENTO Y LAVADO DE	\$0
11	COMIDAS Y ALOJAMIENTO	\$27.000
11.1.	SERVICIO DE CATERING EN FILMACIÓN	\$12.000
11.2.	COMIDAS EN COMISIONES DIVERSAS	\$15.000
11.3.	ALOJAMIENTO EN HOTELES O ALQUILERES ESTADIA EN RODAJE	\$0

Nº RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	COSTO PRESENTADO TOTAL NETO DE IVA
12	MUSICA	\$12.724
12.1.	COMPOSITOR	\$0
12.2.	MUSICOS	\$0
12.3.	SALA DE GRABACIÓN	\$0
12.4.	DERECHOS SADAIC	\$12.724
13	SOPORTE DE REGISTRO	\$5.300
13.1.	SOPORTE VIDEO IMAGEN / SONIDO	\$0
13.2.	SOPORTE DIGITAL IMAGEN / SONIDO	\$0
13.3.	PELÍCULA NEGATIVO	\$0
13.4.	PELÍCULA POSITIVO	\$0
13.5.	INTERNEGATIVO	\$0
13.6.	FOTO FIJA	\$0
13.7.	SOPORTE DE ALMACENAMIENTO - COPIAS DE SEGURIDAD	\$5.300
14	PROCESO DE POST-PRODUCCION DE IMAGEN	\$7.000
14.1.	DOSIFICADO DE IMAGEN	\$0
14.2.	ALQUILER ESTUDIO POST-PRODUCCIÓN	\$0
14.3.	TRANSFER	\$0
14.4.	REVELADO DE NEGATIVO	\$0
14.5.	REVELADO DE SONIDO	\$0
14.6.	FOTO FIJA	\$0
14.7.	EDICION DIGITAL	\$0
14.8.	CORRECCION DE COLOR	\$7.000

Micromachismos: una experiencia transmedia

14.9.	Realización DCP	\$0
-------	-----------------	-----

Nº RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	COSTO PRESENTADO TOTAL NETO DE IVA
15	CREACIONES DE ANIMACIONES	\$9.500
15.1.	HONORARIOS DEL ANIMADOR	\$4.500
15.2.	MATERIALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA ANIMACIÓN	\$0
15.3.	Desarrollo Grafico	\$5.000
16	PROCESO DE POST-PRODUCCIÓN DE SONIDO	\$7.800
16.1.	MASTERIZACIÓN	\$0
16.2.	SALA	\$2.300
16.3.	REGRABACIÓN	\$0
16.4.	DOBLAJE	\$0
16.5.	SONORIZACIÓN	\$5.500
16.6.	EDICIÓN EFECTOS	\$0
16.7.	REGALÍAS	\$0
16.8.	OTROS (Alquiler isla de postproduccion sonido)	\$0
17	FUERZA MOTRIZ	\$1.000
17.1.	ALQUILER DE GENERADOR	\$0
17.3.	COMBUSTIBLE GENERADOR	\$0
17.4.	COMBUSTIBLE PARA VEHÍCULOS	\$1.000

Nº RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	COSTO PRESENTADO TOTAL NETO DE IVA
18	EQUIPOS DE CAMARA / LUCES / SONIDO	\$31.550
18.1.	COMPRA O ALQUILER EQUIPOS DE CAMARA	\$20.000
18.2.	COMPRA O ALQUILER EQUIPOS DE LUCES	\$5.500
18.3.	COMPRA O ALQUILER EQUIPOS DE SONIDO	\$3.550
18.4.	REPOSICIÓN DE LÁMPARAS	\$0
18.5.	EQUIPOS DE COMUNICACIÓN	\$0
18.6.	COMPRAS	\$1.000
18.7.	OTROS	\$1.500
19	ADMINISTRACIÓN	\$10.102
19.1.	ALQUILER DE OFICINA	\$0
19.2.	ADMINISTRACIÓN	\$2.500
19.3.	CADETERIA - MENSAJERÍA	\$802
19.4.	TELEFONIA	\$0
19.5.	TELEFONIA MOVIL	\$0
19.6.	UTILES DE OFICINA, PAPELERÍA, ETC.	\$2.000
19.7.	HONORARIOS LEGALES	\$1.300
19.8.	HONORARIOS PROFESIONAL CONTABLE	\$3.500
20	SEGUROS	\$4.203
20.1.	SEGUROS EQUIPO	\$3.572
20.2.	SEGUROS PERSONAL	\$631
	RESPONSABILIDAD CICIL	\$0

Nº RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	COSTO PRESENTADO TOTAL NETO DE IVA
21	SEGURIDAD	\$900
21.1.	SEGURIDAD ESTUDIOS Y BIENES	\$900

Micromachismos: una experiencia transmedia

22	CARGAS SOCIALES	\$46.066
22.1.	A.A.A.	\$45.906
22.2.	S.I.C.A.	0
22.3.	S.U.S.S.	\$160
22.4.	OTRAS CARGAS SOCIALES	\$0
23	DESARROLLO WEB TRANSMEDIA	\$140.000
23.1	PRODUCTOR GENERAL TRANSMEDIA	\$69.000
23.2	PROGRAMADOR WEB	\$21.800
23.4	PROGRAMADOR JUEGO	\$13.200
23.5	COMUNITY MANAGER	\$36.000
TOTAL		\$815.766

Micromachismos: una experiencia transmedia

PLAN FINANCIERO

Micromachismos: Una experiencia transmedia
 PRODUCTORAS: Natalia Comello / Sofía Gual

RUBRO	PRE	RODAJE	POST	TOTAL
DESARROLLO DE PROYECTO	\$ 28.500		\$ -	\$ 28.500
MATERIAL DE ARCHIVO				\$ -
REALIZACIÓN / PRODUCCIÓN	\$ 143.421	\$ 116.000	\$ 30.579	\$ 290.000
EQUIPO TECNICO	\$ 71.448	\$ 71.448	\$ 35.724	\$ 178.621
ELENCO				\$ -
VESTUARIO				\$ -
MAQUILLAJE				\$ -
UTILERIA				\$ -
ESCENOGRAFIA				\$ -
MOVILIDAD	\$ 6.200	\$ 6.200	\$ 3.100	\$ 15.500
COMIDAS Y ALOJAMIENTO	\$ 10.800	\$ 20.000	\$ -3.800	\$ 27.000
MUSICA			\$ 12.724	\$ 12.724
SOPORTE DE REGISTRO	\$ 5.300			\$ 5.300
PROCESO DE POST-PRODUCCION DE IMAGEN			\$ 7.000	\$ 7.000
CREACION DE ANIMACIONES		\$ 472	\$ 9.028	\$ 9.500
PROCESO DE POST-PRODUCCION DE SONIDO			\$ 7.800	\$ 7.800
FUERZA MOTRIZ	\$ 400	\$ 600		\$ 1.000
EQUIPOS DE CAMARAS / LUCES / SONIDO	\$ 15.775	\$ 15.775		\$ 31.550
ADMINISTRACION	\$ 4.041	\$ 4.041	\$ 2.020	\$ 10.102
SEGUROS			\$ 4.203	\$ 4.203
SEGURIDAD		\$ 900		\$ 900
CARGAS SOCIALES		\$ 46.066		\$ 46.066
CARGAS SOCIALES			\$ 133.000	\$ 133.000
TOTALES	\$ 285.885	\$ 281.502	\$ 241.379	\$ 808.766

EQUIPO TÉCNICO NECESARIO

- PROJECT MANAGER
- PRODUCTORES
- GUIONISTAS TRANSMEDIA
- DIRECTOR/A DE ARTE
- CAMARÓGRAFO/A
- ELÉCTRICO/A
- SONIDISTA
- POSPRODUCTOR/A AUDIOVISUAL
- PROGRAMADOR/A WEB
- PROGRAMADOR/A DE JUEGO
- COMMUNITY MANAGER
- DISEÑADOR/A

BIBLIOGRAFÍA

- Becerra, M (2013). *Sociedad de la información*. Argentina: Editorial Norma.
- Bianchini, A. (1999). *Conceptos y definiciones de hipertexto*. Caracas: Dpto. de Computación y Tecnología de la Información, Universidad Simón Bolívar.
- Bonino Méndez, L. (1998). *Micromachismos: la violencia invisible en la pareja*. Madrid: Cecom
- Brisset-Martín, D. (2016). *Evolución de los documentales en España*. España: Cine Club Avanca Editor, Universidad de Málaga.
- Bullen M. y Diez Mintegui C. (eds.) (2008). *Retos teóricos y nuevas prácticas*. España: Ankulegui Editores.
- Campalans, C., Renó, D., & Gosciola, V. (2014). *Narrativas transmedia entre teorías y prácticas*. España: Universitat Oberta de Catalunya.
- Cobo Romaní, C. Y Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona / México DF: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México.
- Galtung, J. (1998). *Tras la violencia, 3R: reconstrucción, reconciliación, resolución. Afrontando los efectos visibles e invisibles de la guerra y la violencia*. Bilbao: Bakeaz/Gernika Gogoratz.
- Grierson, J. (1998). *Postulados del documental*. En Alsina Thevenet, H. y Romaguera, J. *Textos y manifiestos del cine*. Madrid: Editorial Cátedra.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Irigaray, F. y Lovato, A. (eds.) (2014). *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.
- Irigaray, F. y Lovato, A. (eds.) (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Lagarde, M. (1998). *Claves feministas para el poderío y la autonomía de las mujeres*. Managua: Editorial Puntos de Encuentro
- Lagarde y de los Ríos, M. (2008). *Antropología, feminismo y política*. En M. Bullen & M. Díez Mintegui (Ed.), *Retos teóricos y nuevas prácticas*. España: Ankugui.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Scolari, C. (2008a). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editoria Gedisa
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto. Grupo Planeta.

Tesis y tesinas

- Domínguez, E. (2013). *Periodismo inmersivo. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción*. Tesis doctoral de Comunicación. Universitat Ramon Llull. Barcelona, España.
- Frau, A., Pagnan, N., y Reinoso, G. (2012). *Artivistas, proyecto para la televisión digital*. Trabajo final de grado de Comunicación Social. Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina.
- Gaudenzi, S. (2009). *Digital interactive documentary: from representing reality to co-creating reality*. Tesis de doctorado. University of Goldsmiths. Centre for Cultural Studies (CCS). London, UK.

- Gifreu-Castells, A. (2013). *El documental interactivo como nuevo género audiovisual. Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y propuesta de taxonomía y de modelo de análisis a efectos de evaluación, diseño y producción*. Tesis doctoral Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació. Barcelona, España.
- Odetti, V. (2013). *El diseño de materiales didácticos hipermediales: el caso del PENT-FLACSO*. Tesis de maestría en Educación. Lenguajes y Medios. Universidad Nacional de San Martín. San Martín, Argentina.
- Zavala Calva, D. (2010). *Documental Televisivo: La transformación del género documental*. Tesina Licenciatura Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla. Puebla, México.

Publicaciones en revistas

- Arroyo Vázquez, N. (2007). *¿Web 2.0? ¿web social? ¿qué es eso?* Revista Educación y Biblioteca, n. 161, 69-74.
- Domínguez, E. (2015). *Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad*. Revista El profesional de la información, julio-agosto de 2015, n. 4, 413-423
- Dufuur, L. (2010). *Tendencias actuales del cine documental*. Revista FRAME, n. 6, 312-349. Universidad de Sevilla, España.
- Gifreu-Castells, A. y Moreno, V. (2014). *Estrategias y modelos de financiación del documental interactivo y transmedia*. Revista Fonseca, Journal of Communication, n. 9, julio-agosto de 2014, 41-63. Universidad de Salamanca, España.
- Gifreu-Castells, A. y Moreno Zambrano, V. (2016). *Aproximación al potencial colaborativo de la narrativa documental interactiva en los procesos de cambio social*. Revista Cultura, lenguaje y representación, n. 15, 2016, 153-169. Universitat Jaume I. Castellón, España.

- Gifreu-Castells, A. (2015). *Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa*. Revista Obra Digital, n. 8, 14-39. Universitat de Vic, Universitat Central de Catalunya. Barcelona, España.
- Katz, C. (1998). *Crisis y revolución tecnológica a fin de siglo*. Revista Realidad Económica, n. 154. Buenos Aires.
- Mattelart, A. (2006). *Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, sociedad de control*. Entrevista con Armand Mattelart realizada por Antonia García Castro. Traducción al castellano a cargo de Antonia García Castro y Luisa Castro Nilo. Revista Cultures & Conflits, n. 64, 165-183. París.
- Pérez Salazar, G. (2012). *La Web 2.0 y la sociedad de la información*. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, 2012, n. 56, 57-68.
- Porto Renó, D. (2011). *Periodismo, redes sociales y transmediación*. Revista Razón y Palabra, n. 78, noviembre 2011- enero 2012.
- Salaverría, R. Y García Avilés, J. A. (2008). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Revista Trípodos, n. 23, 31-47.
- Scolari, C. (2010). *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico*. Revista Quaderns del CAC, n. 3, junio 2010. Disponible en línea en: <http://www.cac.cat/web/recerca/index.jsp?NDC%3D&Mg%3D%3D&L3dlYi9yZWNlcmNhL3F1YWRLcm5zL2RhenJlckNvbnRlbnQ%3D>
- Scolari, C. (2012a). *Marshal McLuhan. Un Nostradamus del siglo XX*. Revista Trama de la Comunicación, n. 16, 15-18.
- Scolari, C. (2012b). *Comunicación digital. Recuerdos del futuro*. Revista El Profesional de la Información. Julio-agosto 2012; v. 21, n. 4, 337-340.
- Yohn, M. (2015). *Una comparación de las teorías del cine documental de Bill Nichols y Carl Plantinga: fundamentos, definiciones y categorizaciones*. Revista Cine Documental, n. 11, 29-51. Disponible en línea en: <http://revista.cinedocumental.com.ar/una-comparacion-de-las-teorias-del-cine-documental-de-bill-nichols-y-carl-plantinga-fundamentos-definiciones-y-categorizaciones/>

Conferencias, congresos y ponencias

- Castells, M. (2001). *Internet y la Sociedad Red*. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/cat/articulos/castells/castellsmain2.html>
- Ganga Ganga, R. M. (2004). *Cambios y permanencias en el documental de la era digital*. X Congreso de la Asociación Española de Semiótica. España. Disponible en línea en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=940380>
- García López, M. y Simancas, E. (2015). *No te dejes de cuentos. El poder de las narrativas transmedia para la transformación social*. Congreso Internacional Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social. Castellón, España.
- Gifreu-Castells, A. (2015). *El uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Análisis de casos focalizados en las desigualdades de género en el siglo XXI*. Congreso Internacional Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social. Castellón, España
- Ortolano, M. (2005). *Narrativas hipertextuales: Hacia una redefinición del concepto de hipertexto*. Ponencia para las Séptimas Jornadas Nacionales de Literatura Comparada. Asociación Argentina de Literatura Comparada (AALC), Buenos Aires. Consultado el 10/12/2017. Disponible en línea en: <https://elfaroensayos.wordpress.com/2008/10/15/hacia-una-redefinicion-del-concepto-de-hipertexto/>

Artículos web

- Avecilla, D. (s.f.). *Definiciones Básicas e Historia de La Electrónica Digital*. Consultado el 10/02/2017. Disponible en línea en: <https://es.scribd.com/document/114922078/Definiciones-Basicas-e-Historia-de-La-Electronica-Digital>

- *Computers reach one billion mark UK*. (1 de julio de 2002). BBC News. Consultado el 11/10/2017. Disponible en línea en: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/2077986.stm>
- Dinerstein, N. y Martínez, L. (10 de abril de 2017). *¿Cómo impacta la violencia de género en los adolescentes?* Chequeado. Consultado el 20/06/2017. Disponible en línea en: <http://chequeado.com/el-explicador/como-impacta-la-violencia-de-genero-en-los-adolescentes/>
- Gatica, L. (8 de junio de 2017). *Encuesta | Uso de redes sociales y aplicaciones en Córdoba*. Delfos, opinión pública e investigación de mercado. Consultado el 10/07/2017. Disponible en línea en: <http://www.delfoscba.com.ar/uso-de-redes-sociales-y-aplicaciones-en-cordoba/>
- Gianotti, F. (2014). *Panorama de las producciones interactivas en Argentina – 1era parte*. El blog de los nuevos medios. Consultado el 11/08/2017. Disponible en línea en: <https://elblognuevosmedios.wordpress.com/2014/06/24/159/>
- Kelly, K. (11 de mayo de 2016) *Inside Magic Leap, the startup creating a new type of reality*. Wired. Consultado el 29/03/2017. Disponible en línea en: <http://www.wired.co.uk/article/magic-leap-mixed-reality>
- Martínez, L. (14 de julio de 2016). *La mujer en el mercado de trabajo: entre techos y laberintos*. Chequeado. Consultado el 18/04/2017. Disponible en línea en: <http://chequeado.com/el-explicador/la-mujer-en-el-mercado-de-trabajo-entre-techos-y-laberintos/>
- Martínez, L. (11 de abril de 2017). *En la Argentina se denuncian casi 50 ataques sexuales por día*. Chequeado. Consultado el 27/04/2017. Disponible en línea en: <http://chequeado.com/el-explicador/en-la-argentina-se-denuncian-casi-50-ataques-sexuales-por-dia/>
- Roig, C. (25 de noviembre de 2016). *#NiUnaMenos: el 77% de las mujeres aseguraron haber sufrido violencia obstétrica*. Chequeado. Consultado el 27/04/2017. Disponible en línea en: <http://chequeado.com/el-explicador/niunamenos-el-77-de-las-mujeres-aseguraron-haber-sufrido-violencia-obstetrica/>
- Struminger, B. (2 de junio de 2017). *Las cifras sobre violencia de género, antes y después de Ni Una Menos*. La Nación. Consultado el

- 18/06/2017. Disponible en línea en:
<http://www.lanacion.com.ar/2029230-las-cifras-sobre-violencia-de-genero-antes-y-despues-de-ni-una-menos>
- Scolari, C. (2008b). *Definiendo las hipermediaciones*. Hipermediaciones. Consultado el 13/10/2017. Disponible en línea en:
<https://hipermediaciones.com/2008/11/02/definiendo-las-hipermediaciones/>
 - Scolari, C. (19 de agosto de 2016). *Entre Pokémon Go, No Man's Sky y Oculus. ¿El futuro del entretenimiento interactivo? (I)*. Hipermediaciones. Consultado el 11/02/2017. Disponible en línea en:
<https://hipermediaciones.com/2016/08/19/entre-pokemon-go-no-mans-sky-y-oculus-el-futuro-del-entretenimiento-interactivo-i/>
 - Scolari, C. (5 de marzo de 2017). *Ecología de los medios: la evolución de las especies móviles (I)*. Consultado el 15/02/2017. Disponible en línea en: <https://hipermediaciones.com/2017/03/05/la-evolucion-de-la-especies-moviles-i/>
 - Scolari, C. (17 de marzo de 2017). *Hacia el 5G: la evolución de las especies móviles (II)*. Hipermediaciones. Consultado el 15/02/2017. Disponible en línea en:
<https://hipermediaciones.com/2017/03/17/hacia-el-5g-la-evolucion-de-las-especies-moviles-ii/>
 - Sohr, O. (23 de abril de 2015). *Las mujeres argentinas dedican casi el doble de horas que los hombres al trabajo doméstico*. Chequeado. Consultado el 23/04/2017. Disponible en línea en:
<http://chequeado.com/el-explicador/las-mujeres-argentinas-dedican-casi-el-doble-de-horas-que-los-hombres-al-trabajo-domestico/>
 - Velazco, N. (5 de octubre de 2017). *3 Programas Para Crear Librojuegos*. Libros de Enor. Consultado el 4/12/2017. Disponible en línea en:
<https://mundoenor.wordpress.com/2017/10/05/3-programas-para-crear-librojuegos/>

Otras publicaciones

- Beck I. y Romeo M. (2016). *1º índice nacional de violencia machista. Informe ejecutivo de #NiUnaMenos*. Disponible en línea en: <http://contalaviolenciamachista.com>
- Defensoría del Público (s.f.). *Tratamiento responsable de la violencia contra las mujeres*. Disponible en línea en: <http://defensadelpublico.gob.ar/tratamiento-responsable-de-la-violencia-contra-las-mujeres/>
- Gherardi, N., Rey, P., Gebruers, C., Krichevsky, M., y Ferrari, N. (s.f.). *ELA Claroscuros en las políticas contra la violencia de género. A cinco años de la sanción de la Ley 26.485 de Protección Integral contra la Violencia es tiempo de promover la rendición de cuentas*. Consultado el 15/10/2017. Disponible en línea en: <http://argentina.unfpa.org/es/publicaciones/claroscuros-en-las-pol%C3%ADticas-contra-la-violencia-de-g%C3%A9nero-0>
- Hayes, G. (2012). *Cómo escribir una Biblia Transmedia. Una plantilla para productores multiplataforma*. Traducción de Eduardo Prádanos Grijalvo a partir del documento original de Hayes, G. Consultado el 10/04/2017. Disponible en línea en: <http://www.slideshare.net/eduardoprados/cmo-escribir-una-biblia-transmedia>
- *Informe Anual del Observatorio de Femicidios 2017* (2018). Consultado el 16/06/2017. Disponible en línea en: https://issuu.com/defensordelpueblodelanacion/docs/informe_anual_o bservatorio_de_femic
- *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. (2017). Wikisource, La Biblioteca Libre. Consultado el 25/04/2017. Disponible en línea en: https://es.wikisource.org/w/index.php?title=Informe_mundial_sobre_la_violencia_y_la_salud&oldid=843344
- Irigaray, F. (2016). *DocuMedia: Documentales multimedia interactivos en la periferia. El caso de Calles Perdidas*. Consultado el 30/06/2017. Disponible en línea en:

http://www.academia.edu/28012002/DocuMedia_Documentales_multimedia_interactivos_en_la_periferia._El_caso_Calles_Perdidas_2016

- Lovato, A. (2017). *Plantilla para diseño de narrativas transmedia*. Consultado el 11/11/2017. Disponible en línea en: http://www.academia.edu/32665461/Plantilla_para_Dise%C3%B1o_de_Narrativas_Transmedia
- Macharia, S. (2015). *¿Quién figura en las noticias? El Proyecto de Monitoreo Global de Medios*. Asociación Global para la Comunicación Cristiana. Disponible en línea en: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_es.pdf
- Ministerio de Seguridad de la Nación (2016). *Estadísticas Criminales en la República Argentina – Año 2015. Informe*. Consultado el 8/06/2017. Disponible en línea en: <https://es.scribd.com/document/336209357/informe-estadisticas-criminales-republica-argentina-2015-pdf>
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2014). *Boletín de Estadísticas de Género y Mercado de Trabajo*. Consultado el 27/04/2017. Disponible en línea en: <http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/genero/estadisticas.asp>
- Morillo, C. (2015). “Diagnóstico general: La visión del Regulador”. En *Ñuñez, T. Vera, V. y Díaz Jiménez, R. M. (eds.). Transversalidad de género en el audiovisual andaluz. Enclave de FUTURO para la formación y el empleo*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Observatorio Nacional de Violencia contra las Mujeres (2015). *Informe: Niñas, niños y adolescentes en el marco de la Ley N° 26.485 Línea 144*. Consultado el 8/06/2017. Disponible en línea en: <http://www.cnm.gov.ar/ovcm/InformeSobreNiLinea144FINAL02-09.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (2014). *Genero en el trabajo. Brechas en el acceso a puestos de decisión*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Consultado el 7/06/2017. Disponible en línea en:

http://www.ar.undp.org/content/dam/argentina/Publications/Desarrollo%20Humano/PNUD%20ARGENTINA%20_Aportes_8.pdf

- Rodríguez Enríquez, C. (s.f.) *El trabajo de cuidado no remunerado en Argentina: un análisis desde la evidencia del Módulo de Trabajo no Remunerado. Documentos de Trabajo “Políticas públicas y derecho al cuidado”*. ELA – Equipo Latinoamericano de Justicia y Género. Disponible en línea en: <http://elcuidadoenagenda.org.ar/wp-content/uploads/2015/02/DT-2--El-trabajo-de-cuidado-no-remunerado-en-Argentina-un-analisis-desde-la-evidencia-del-Modulo-de-Trabajo-no-Remunerado-Corina-Rodriguez-Enriquez.pdf>
- Salaverría, R. (s.f.). *Los medios de comunicación ante la convergencia digital*. España: Universidad de Navarra.
- Scolari, C. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. Anuario AC/E de cultura digital. España: Acción Cultural.
- *SNEEP 2015. Sistema Nacional de Estadísticas sobre Ejecución de la Pena* (s.f.). Dirección Nacional de Política Criminal en Materia de Justicia y Legislación Penal. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Consultado el 25/04/2017. Disponible en línea en: <http://www.jus.gob.ar/media/3202709/Informe%20ejecutivo%20del%20Sneep%202015-Sistema%20Nacional%20de%20Estadísticas%20sobre%20Ejecución%20de%20la%20Pena-.pdf>
- Vázquez-Herrero, J. y López-García, X. (2016). *Documental interactivo en los cibermedios: estudios de caso de 2012 a 2016*. En Rúas Araújo, J., Martínez, V., Rodríguez Fernández, M., Puentes Rivera, I., Yaguache Quichimbo, J., Amboage, E. (eds., coord.) (2016). *De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor*. Quito: XESCOM.

- *Ley 9.283, de Violencia Familiar. Artículos 5 y 6.* Fiscalía de Estado. Dirección de Informática Jurídica. Córdoba, Argentina, 1 de marzo de 2016. Disponible en línea en: <http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/0/4D5C0C460AB8C81A032572340067DD19?OpenDocument&Highlight=0,9283>
- *Ley 26.485, de Protección Integral a la Mujeres Argentina. Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales.* Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Argentina, 11 de marzo de 2009. Disponible en línea en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>
- *Ley 26.791. Modificaciones.* Código Penal. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Argentina, 14 de diciembre de 2012. Disponible en línea en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/205000-209999/206018/norma.htm>

Filmografía:

- *Tras los pasos del hombre bestia. Documental transmedia* (2012). Disponible en línea en: <http://elhombrebestia.com.ar/front/>
- *Malvinas 30* (2012). Álvaro Liuzzi.
- *Calles perdidas. El avance del narcotráfico en la ciudad de Rosario* (2013). DCM. Universidad Nacional de Rosario. Disponible en línea en: <http://www.documedia.com.ar/callesperdidas/>
- *Mujeres en venta. Trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina. Documedia* (2014). Disponible en línea en: <http://www.documedia.com.ar/mujeres/>
- *Montelab* (2014). Docugame. Laboratorio de Innovación Audiovisual, RTVE. Disponible en línea en: <http://lab.rtve.es/montelab/>
- *70 octubres. La historia argentina, en tiempo real* (2015). Universidad Nacional de La Plata. Disponible en línea en: <http://perio.unlp.edu.ar/70octubres/>

- *El Feriante: una historia de lo posible. Documental transmedia* (2017). La Bemba del Sur y Facultad Libre. Disponible en línea en: <http://www.elferiante.com.ar/>

Videos

- Mozas Fenoll, E. (2015, octubre, 5). *Tema 3: La realidad aumentada en educación*. Consultado el 10/02/2017. Disponible en línea en: <https://youtu.be/jlcMo0DwL6A>

Imágenes

- Wikimedia Commons contributors. *Triángulo de Galtung*. Consultado el 22/04/2017. Disponible en línea en: https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:Tri%C3%A1ngulo_de_la_violencia_de_Galtung.svg&oldid=1583356311

Entrevistas

- Entrevista a Leticia Paolini. Realizada el 10/01/2018
- Entrevista a Melisa Linares. Realizada el 10/01/2018
- Entrevista a Julieta Berardo. Realizada el 10/01/2018

Anexos digitales

- Bases Convocatoria Ibermedia 2018. Disponible en línea en: http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/04/basesdes2018_esp_ONLINE1.pdf
- MEDIAMORFOSIS. Sitio web: <http://www.mediamorfosis.net/ar>
- Tribeca. Sitio web: <https://tribecafilm.com>

