



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Mención Artes Audiovisuales

Año Académico 2013 - 2014

Trabajo de Grado

## **Whatö Digital:**

### **Portal web colaborativo de arte cinematográfico interactivo**

**Tesista**

**Espinoza, Ricardo**

**Tutor**

**Lic. Nicolás Barreto**

**Caracas, septiembre de 2014**

## Formato G:

### *Planilla de evaluación*

Fecha: \_\_\_\_\_

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

---

---

---

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

**Calificación Final:** En números \_\_\_\_\_ En letras: \_\_\_\_\_

Observaciones \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Nombre:

---

---

---

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

---

---

---

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

*Para K. E.*

## **AGRADECIMIENTOS**

A Adriana, por el apoyo y el impulso.

A Nicolás Barreto, por verle sentido.

A mi familia, por entender.

A Javier Prieto, por asumir el reto.

A Adriana Puleo, Raquel Cartaya, María Angélica Ramírez, Konstanza Kunkel, Názaireth Barbar Coelho, Rosa Zambrano, Andrea Torres, Andrely Torres, Eloy Martínez, Daniela Martínez, Diego Maggi, Valentina Botana, Adriana Núñez, Andrés Do Couto, Yeliette Alfonso, Paola Huaman, Felicia Sojo, María Elena Isava y Alejandra Humpierres, Natalia Hernández, Gabriela Méndez, Wendy Racines Lozada, Antonio Pimentel, Samia Canaan, Roxana Ortega, Jonathan Freites, Javier López, Eduardo Burger, Carlos Ramírez, Duilia Díaz y Ana O'Callaghan.

A la junta de condominio de las Residencias Daymar VI y a la administración del Parque Nacional Waraira Repano.

A todas las personas con las que he conversado y discutido, a las que me han dado cualquier tipo de apoyo, a las que me han enseñado y a las que me han criticado en este proyecto... y desde que tengo uso de razón.

## RESUMEN

Whatö Digital es un portal web que ofrece propuestas de innovación para las formas en las que recibimos, como audiencia, y en las que creamos y distribuimos, como realizadores, un producto audiovisual en la era de la información y la economía creativa. En primer lugar, es una experiencia cinematográfica interactiva, en la que un usuario común y corriente se convierte en el viajante de una Caracas mágica, observada a través de la vista que, según la falsa mitología desarrollada para la misma, le permitía a los chamanes de una religión animista antigua observar las interacciones del mundo de los espíritus con el plano de existencia humano, pero sin poder influenciar en ellas.

En segundo lugar, Whatö es una plataforma de almacenamiento de trabajos audiovisuales que busca promover la iniciativa, la innovación y la exploración de nuevas formas narrativas, exigiendo que sea la creatividad la herramienta primordial de realización, por encima de la presencia o la falta de cualquier otro recurso.

En tercer lugar, es una comunidad web de artistas, similar en propósito a páginas como DeviantArt, Flickr o Behance, para que realizadores audiovisuales puedan montar muestras de sus ideas, talentos, sensibilidades, descubrimientos y transgresiones por medio de cortometrajes de menos de dos minutos –los *microcortos*– que cumplen con ciertas condiciones:

- Están vinculados a un espacio físico de la capital venezolana, Caracas;
- Tienen por lo menos un elemento mágico en su argumento; y
- Se lograron con una inversión económica del equivalente a 100 dólares o menos.

Así, la experiencia completa busca seguir construyéndose como una pieza de arte colaborativo. El portal está pensado para facilitar el contacto entre productores, directores, guionistas, diseñadores, fotógrafos, músicos y demás profesionales y entusiastas de la producción audiovisual.

Whatö Digital se desarrolló con la idea de que fuese interesante y entretenida, tanto para el usuario casual, como para los interesados en las artes audiovisuales que quieran usarla como una herramienta, de acuerdo a los objetivos antes mencionados. Por ello, se le agregó un elemento lúdico al diseño de su exploración que está relacionado a la experiencia cinematográfica: el usuario debe descubrir los secretos de la página sin más indicios ni ayudas que los que se muestran en imágenes (“*show, don’t tell*”). Solo un rincón relativamente escondido del portal tiene unos pocos textos explicativos.

El siguiente trabajo es la investigación que se hizo antes, durante e inmediatamente después de la concepción y la creación de una muestra piloto del portal, como soporte teórico y metodológico necesario, de acuerdo a las estipulaciones establecidas para la modalidad de investigación que se definió en la primera etapa de desarrollo de la misma.

# TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE IMÁGENES	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I EL ARTE CINEMATOGRAFICO Y LA WEB	3
1.1. Objetivos de la investigación	6
1.1.1. Objetivo general	6
1.1.2. Objetivos específicos	6
1.2. Importancia de la investigación	6
CAPÍTULO II PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	8
2.1. Cine. Breve reseña histórica y evolución de su tecnología	20
2.1.1. El invento. En los hombros de gigantes, enanos y de todos los tamaños	22
2.1.2. Desde Méliès hasta el cine digital	30
2.2. Industria vs. Cine independiente	36
2.3. La televisión	37
2.4. ¿Televisión independiente?	39
2.5. El futuro de la producción audiovisual	40
CAPÍTULO III PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA LA WORLD WIDE WEB	44
3.1. Breve reseña histórica de la Internet	44
3.2. Los medios en la Web	45
3.3. Algunas propuestas innovadoras, vanguardistas y actuales	47
3.4. En Latinoamérica y Venezuela	51
CAPÍTULO IV ARTE COLABORATIVO	54
4.1. El arte en la Web	58
4.2. En Latinoamérica y Venezuela: proyectos independientes y otros hallazgos	62
CAPÍTULO V WHATÖ DIGITAL, UNA PROPUESTA	65
5.1. Cine interactivo. El usuario es el héroe	66
5.2. El diseño en el papel	67
5.2.1. Ideas y bocetos	71
5.3. Una experiencia de cine colaborativo	72

5.4. La ficción. Una mitología inventada	73
CAPÍTULO VI WHATÖ DIGITAL, UN PORTAL	80
6.1. Programación y desarrollo	81
6.2. La comunidad Whatö	82
6.3. El diseño en la práctica	83
6.4. La producción y postproducción del contenido	91
6.4.1. La interface	92
6.4.2. Los <i>microcortos</i>	94
6.5. Secciones	98
6.5.1. Whatö Digital: Una explicación gráfica	99
6.5.2. Los <i>microcortos</i>	142
6.6. Lo que falta	174
CONCLUSIONES	177
ANEXOS	179
BIBLIOGRAFÍA	180

## LISTA DE IMÁGENES

Figura 1. Bocetos del portal	71
Figura 2. Bocetos de íconos	72
Figura 3. Calles de prueba I	84
Figura 4. Calles de prueba II	85
Figura 5. Calles de prueba III	86
Figura 6. Zonas de prueba	87
Figura 7. El ojo. La <i>vista del chamán</i>	88
Figura 8. Los soles	88
Figura 9. El <i>switch</i>	88
Figura 10. Las flechas para el <i>scroll</i>	89
Figura 11. <i>Mute</i> y pantalla completa	89
Figura 12. Los seres mágicos	90
Figura 13. Ejemplo de plantilla de créditos	90
Figura 14. Ejemplo de texto explicativo	91
Figura 15. Bosquejo inicial de la forma de navegación	100
Figura 16. Mapa de la muestra de Whatö Digital	102
Figura 17. Portada	114
Figura 18. Preludio a la vista	115
Figura 19. Fotogramas del Preludio a la vista	116
Figura 20. Flash del chamán I	117
Figura 21. Vista de Caracas	118
Figura 22. Flash del chamán II	119
Figura 23. Vista del Sol amarillo	120
Figura 24. Vista del Sol verde	121
Figura 25. Espíritus	122
Figura 26. Demonios	123
Figura 27. Humanoides	124
Figura 28. Insectos	125
Figura 29. Elementales	126
Figura 30. Las Hermanas	127
Figura 31. Vista del Sol rojo ( <i>switch</i> apagado)	128
Figura 32. Vista del Sol rojo ( <i>switch</i> prendido)	129
Figura 33. Flash del chamán III	130
Figura 34. Vista de Baruta	131
Figura 35. Flash del chamán IV	132
Figura 36. Vista desde el casco de Baruta	133
Figura 37. Flash del chamán V	134
Figura 38. Vista desde la entrada de Manzanares	135

Figura 39. Flash del chamán VI	136
Figura 40. Vista desde la calle en Prados del Este	137
Figura 41. Flash del chamán VII	138
Figura 42. Vista desde la calle en Las Minas de Baruta	139
Figura 43. Flash del chamán VIII	140
Figura 44. Vista desde el terreno en Colinas de Bello Monte	141
Figura 45. Mujer en la piedra	144
Figura 46. Fotogramas de Mujer en la piedra	146
Figura 47. Bianke	147
Figura 48. Fotogramas de Bianke	149
Figura 49. Sangue	150
Figura 50. Fotogramas de Sangue	152
Figura 51. Ante	153
Figura 52. Fotogramas de Ante	155
Figura 53. Guitarra	156
Figura 54. Fotogramas de Guitarra	158
Figura 55. Kor	159
Figura 56. Fotogramas de Kor	161
Figura 57. Ault	162
Figura 58. Fotogramas de Ault	164
Figura 59. 81	165
Figura 60. Fotogramas de 81	167
Figura 61. Eolionimia	168
Figura 62. Fotogramas de Eolionimia	170
Figura 63. Ascensión	171
Figura 64. Fotogramas de Ascensión	173
Anexo 1. Perfiles <i>online</i> de realizadores audiovisuales	179
Anexo 2. Petroglifos venezolanos	179

# INTRODUCCIÓN

En estos años es común hablar del avance de la tecnología digital como el último gran acelerador del desarrollo humano. Sabemos que vivimos en pleno momento revolucionario para la historia del homo sapiens –y hasta quizás de la vida misma–, y que estamos presenciando como testigos directos los cambios que nos están introduciendo a lo que ya se conoce como la era de la economía del conocimiento y la economía creativa.

¿Qué significa esto? Como cualquier dato, esta situación se interpreta de diferentes formas en cada cabeza. Para algunos, el salto digital es simplemente la Wikipedia: una cantidad de información imposible de almacenar en un solo cerebro, al alcance de millones con el simple movimiento de los músculos del índice y la muñeca.

Otros ven un poco más lejos: la World Wide Web implica la posibilidad instantánea de hacer negocios transnacionales y transcontinentales sin moverse de su ciudad, pero con el mundo entero como un posible público meta; contacto directo de voz e imagen con seres queridos, o con personas que jamás han visto y que probablemente nunca hubiesen tenido la oportunidad de conocer; una puerta para mostrarse, personal o profesionalmente, a millones de individuos a la misma vez; y la capacidad de organizar, promover y hacer una retroalimentación instantánea de cualquier movilización o evento social, que puede ser desde una fiesta de cumpleaños hasta una marcha masiva con la fuerza necesaria para derrocar a una dictadura.

Todos estos son ejemplos de lo que ya se ha hecho. Cada usuario de la Internet puede aprovechar ahora mismo sus beneficios comprobados, de la forma en que más le convenga, al conectarse con un cable o configurar su aparato electrónico para que funcione en una red inalámbrica; y las herramientas para aprender a utilizarla generalmente son tan fáciles de obtener y asimilar como el propio medio.

Precisamente, esta facilidad está logrando que sea mucho más efectivo el mismo aprendizaje. La tecnología ha permitido que más niños, adolescentes y adultos aprendan lo que quieren y disfruten mientras lo hacen. Las habilidades que hasta hace apenas 20 años requerían décadas de entrenamiento, equipos a los que era difícil acceder y el contacto con personas específicas que eran las únicas que podían enseñar, ahora se pueden obtener en pocos años o

hasta en meses, en algunos casos. Muchos recursos están al alcance de la mano si se saben buscar.

En el área de la producción de medios audiovisuales, la tecnología ha permitido que la persona que quiera saber cómo hacerlo, desde su casa, pueda: alterar significativamente el trabajo de un director de fotografía, editar vídeo con pocas restricciones físicas, modificar sonido, agregar efectos especiales ya existentes y crear unos nuevos, buscar inspiración inmediatamente, escribir ideas, guiones, hacer desgloses y buscar consejos de colegas que viven a kilómetros de distancia, sin necesidad de exponer la propia falta de conocimiento con nombre y apellido. Todo esto gracias a un aparato que no mide ni pesa más que un atlas tradicional.

El inicio de este trabajo es el resultado de una inquietud por promover la unión de la esfera de la producción audiovisual con las posibilidades de la tecnología de la información, experimentando con mezclas que podrían generar una forma, incluso hasta más novedosa y eficiente que las que se conocen, de cautivar, entretener, informar o compartir ideas a una cantidad indeterminada de individuos alrededor del mundo. En este caso, ese objetivo se intentará lograr por medio de un portal web en el que se almacenarán paquetes de producciones audiovisuales –que se pretende que tengan un alto valor estético a pesar de los bajos costos– realizados en Caracas por pequeños equipos de creadores.

Es importante subrayar que esta investigación no plantea el desarrollo de un portal web desde la base de lo establecido y recomendado como las mejores prácticas de experiencia del usuario, sino que pretende explorar propuestas de contenido para la Internet partiendo desde las cualidades del arte cinematográfico.

# I. EL ARTE CINEMATOGRAFICO Y LA WEB

Este trabajo no es más que una simple suma. Surge de la curiosidad por probar una de las tantas posibles permutaciones que pueden existir, hoy en día, al hacer la mezcla experimental de las artes con las tecnologías disponibles, en diferentes proporciones, medidas, intensiones e intenciones. En este caso se quiso unir, de una manera divertida, atractiva y estimulante, la capacidad de alcance de distribución de la World Wide Web con las facilidades para la creación de imágenes en movimiento y sonido que ha traído la revolución digital.

Desde que existe, la imagen en movimiento ha resultado ser una herramienta de gran poder e influencia en el desenvolvimiento político, económico y social de las sociedades en las que se ha desarrollado, en mayor o menor medida. Esas cualidades se empezaron a observar desde sus inicios, por la capacidad de asombro y atracción que generaban las primeras proyecciones ante públicos incautos y desacostumbrados a esta forma de entretenimiento. Poco a poco, el medio audiovisual fue abarcando más y más terrenos en el estilo de vida del ciudadano común, en su cultura, en su psiquis, en su manera de asumir la vida y, a la misma vez, una serie de estudios empezaron a entender las propiedades y los métodos con los que estos productos pudieron y pueden ejercer influencias determinantes (y a veces hasta imprescindibles) en el curso de la historia humana después de su invención.

La esfera de la producción audiovisual se ha expandido a muchas formas de expresiones artísticas, comerciales, de entretenimiento, informativas, educacionales y de otras índoles. El cine, como arte que es, es el formato más conocido, el tradicional, el primero que viene a la mente y, para algunos, hasta el más respetable; aunque (y estamos muy claros en esto), dentro de sus fronteras existe desde lo más erudito, transcendental y estimulante, hasta lo más banal, absurdo y falto de méritos artísticos.

Se podría decir que el cine es, habitualmente, la punta de lanza, el que lleva la delantera, la práctica primogénita que ara en tierra fértil para la experimentación y la innovación; pero eso no implica que otras formas de producción audiovisual no hayan tenido su participación importante en el construir de un lenguaje y una identidad reconocible (aunque siempre tumultuosa, cambiante y autocrítica) para la creación audiovisual. La producción para televisión, con todo su universo de formas propias al medio, la producción de comerciales, de videos

musicales, de documentales, la producción periodística, los videos institucionales, etcétera, han creado un enmarañado de tendencias, influencias, experimentaciones, modas, errores y fracasos que le han dado forma a una suerte de estandarización en la producción de hoy en día, no impuesta ni limitante, sino que, de manera orgánica, adaptada a descartar lo que ya se conoce como disfuncional, y preparada para asumir nuevos retos en la exploración de formas no pensadas antes.

Por eso creemos que, hoy en día y desde que existe el lenguaje cinematográfico –en el que profundizaremos un poco, más adelante–, la exploración en terrenos nuevos siempre se ha visto como una práctica honorable pero ingrata, digna de algunos quienes, antes que agregar, lo que tienden es a descubrir formas que no funcionan.

Creemos que son pocos, relativamente, los que en verdad se han atrevido a explorar durante la breve historia del cine, pues, como se explica en los próximos párrafos, las condiciones en términos monetarios no han sido tales como para arriesgarse; y la propensión a la exploración se debilita aún más cuando se considera que los que podrían darse el lujo de hacerla raramente la llevan a cabo. La razón es sencilla: mientras más poder se tiene dentro de una industria cinematográfica, también hay más que perder.

Los costos de la producción audiovisual, durante la mayor parte de su existencia, han tendido a ser altos e inaccesibles para el ciudadano común, lo que crea un círculo vicioso de dificultades para producir, pues, no solo se hace cuesta arriba la producción en sí, sino también el desarrollo de la experticia necesaria para la misma, a nivel técnico y artístico, dado que la práctica constante solo la pueden realizar las personas que ya tienen los recursos para poder acceder continuamente a las máquinas, los laboratorios, los efectos especiales y los sets –la tecnología–, más otros elementos como los vestuarios, la utilería, los maquillajes, la comida y los equipos humanos necesarios para una proeza como lo es una producción audiovisual. Por lo mencionado antes, y aunque existen excepciones, se evidencia que la innovación en el medio tiende a alejarse de las prioridades de las grandes productoras de cine, quienes, coincidentemente, son las que han contado con las mejores condiciones para realizarla.

Esta situación comenzó a cambiar (o, muchos realizadores dirían, *mejorar*) con el avance de las tecnologías de la información: la computadora personal, el cine digital y el acceso a la World Wide Web.

La democratización de la producción audiovisual, en la que nos adentraremos con más detalle en los próximos capítulos, es un proceso que ha venido creciendo sin parar y que todos los años se beneficia con nuevos inventos físicos y de *softwares* que permiten a ese ciudadano común, ese “cualquiera” que no tiene los recursos económicos de una productora tradicional, transmitir su visión, sus propuestas, sus ideas, sus soluciones y cualquier otra expresión que desee, audiovisualmente, con un acabado lo suficientemente bueno como para que tenga el potencial de volverse atractivo para una audiencia de tamaño significativo; y sin tener, necesariamente, ataduras a entes de gran poder económico, político o social.

La World Wide Web se ha convertido en el espacio con más apertura para la expresión que el ser humano ha creado en su historia, a pesar de que todavía existen muchos controles y obstáculos, de infraestructura, sociales o políticos, que no le han permitido lograr su potencial a plenitud. Como se dice coloquialmente, en la Web se puede conseguir de todo; desde lo más grotesco, brutal, violento, absurdo, superficial y desagradable, hasta lo más ilustre, vanguardista, genial, hermoso, estimulante y sorprendente. La Web es un recopilador perenne de pensamientos, ideas, comentarios, personalidades, críticas, reflexiones, malcriadeces, insultos, burlas, sensibilidades artísticas, aspiraciones, enseñanzas, proyecciones, mentiras, perspectivas y demás, de millones de personas de casi todo el mundo, al que, en teoría, se puede acceder en tiempo real y con una inversión muy pequeña de recursos y energía por parte del visitante, usuario, viajante o cualquiera de los términos que denomina al que lo usa.

El riesgo que está ligado a la exhibición de formas alternativas disminuye a medida que se hacen más accesibles las herramientas de creación y exposición de los productos y las ideas. Si las artes y los descubrimientos científicos, en otros tiempos, se han nutrido invaluablemente de la voluntad por explorar y de los fracasos que esta trae, en este trabajo se considera que no ha habido en la historia humana un momento más propicio que hoy para ensayar y, ¿por qué no?, errar en la búsqueda de vehículos no convencionales para la expresión artística.

## 1.1 *Objetivos de la investigación*

### 1.1.1 *Objetivo general*

Diseñar una plataforma web colaborativa, de arte interactivo, para compartir micro producciones cinematográficas basadas en una mitología construida por la propia comunidad del portal.

### 1.1.2 *Objetivos específicos*

- A. Diseñar y desarrollar la experiencia del usuario del proyecto web, alineada con las cualidades de la producción cinematográfica y con la noción de arte colaborativo.
- B. Diseñar la plataforma colaborativa y los mecanismos de participación, con los cuales se conformará y seguirá creciendo la comunidad del portal Whatö Digital.
- C. Elaborar los primeros cánones de una ficción original, inspirada en las leyendas de varias religiones animistas, con la apertura necesaria para que luego siga construyéndose colaborativamente.
- D. Delimitar un prototipo *beta* del proyecto web, que sirva como muestra piloto del concepto del mismo.
- E. Producir el material audiovisual de muestra para el prototipo del proyecto web.
- F. Realizar el prototipo *beta* del proyecto web, Whatö Digital, de acuerdo al diseño y las delimitaciones establecidas previamente.

## 1.2 *Importancia de la investigación*

A pesar de que la Internet ha brindado a la humanidad los beneficios que ya hemos mencionado, más otra gran cantidad que no vienen al caso en este documento, la siguiente investigación pretende hacer un aporte a la exploración del potencial no aprovechado que tiene la herramienta. El acceso a la información, a los instrumentos y a la capacidad de distribución de la producción audiovisual es más fácil que en cualquier otro momento de nuestra historia, pero aun con esto nos parece que la creatividad se ha quedado diluida entre la cantidad de producciones

que surgen diariamente en el mundo; sobre todo al considerar el mar de instrumentos para la realización audiovisual que existen actualmente.

La propuesta de Whatö Digital va más allá del establecimiento de solo un espacio de almacenamiento de archivos y de contacto entre realizadores –aunque esa es una de sus meta establecidas–, pues las herramientas que cumplen con estas funciones ya existen. Este trabajo quiere aportar, además, la idea de que se pueden seguir proponiendo estructuras novedosas para la Web, y en relación a este caso, que apunten a un contenido *online* con mayor carácter artístico, enfocado a nichos de realizadores con intereses similares, que no necesariamente son los mismos del usuario habitual de una página como YouTube, por mencionar un ejemplo.

A la vez, la propuesta de Whatö Digital plantea la mirada a una Caracas mágica, empapada en una mitología completamente original como su punto de unidad temática. Es una suerte de realidad intervenida por una meta estructura ficcional, lo que nos parece una idea refrescante con respecto a la manera en la que, generalmente, se retrata a la capital venezolana en el cine y en las creaciones multimedia.

Por último, con Whatö Digital se plantea establecer un espacio con el potencial de convertirse en un centro de convergencia de muchas propuestas artísticas que, a su vez, podrían constituir una sola gran obra de cine colaborativo: un resultado que sería más que la suma de sus partes.

## II. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La condición inicial de realización de este trabajo está definida como el diseño de un portal web que le permita al usuario vivir una experiencia cinematográfica interactiva, con un importante componente lúdico, y que apunte a la posibilidad de mantenerse en el tiempo y seguir construyéndose como una pieza de arte colaborativo, a manera de una propuesta innovadora de exploración artística, de entretenimiento y de promoción del trabajo audiovisual nacional, que busca aprovechar las virtudes de los recursos tecnológicos de la era digital y darles prominencia por encima de otros recursos, como los financieros.

Para justificar la motivación y el desarrollo del trabajo, se inicia con una indagación, entre varias fuentes y perspectivas, de aclaraciones básicas sobre lo que es la producción audiovisual en sí, para tratar de obtener un aproximado referencial tan claro y preciso como se pueda de lo que es este concepto, muy amplio y profundo como para abordarlo en su totalidad en un solo trabajo de investigación. Luego, se hace un breve recuento de la trayectoria de los medios, las artes y los instrumentos con los que tradicionalmente se ha utilizado la producción audiovisual como formato base –principalmente el cine, en segundo lugar la televisión y, más recientemente, las computadoras personales–, para tener como punto de partida la noción de que la producción audiovisual viene de, y mantiene desarrollándose en, un proceso constante y relativamente veloz de exploración tecnológica, metodológica y artística.

Para discernir la definición más básica de producto audiovisual, basta con separar el segundo término en las dos palabras que lo componen: es una creación que se ve y se escucha a la misma vez; pero, como veremos en las próximas páginas, esta se distingue de otras creaciones que tienen las mismas características porque se puede almacenar y repetir varias veces, gracias a la tecnología desarrollada para ello.

Según la Real Academia Española (s.f.), el término **producción** puede ser:

(Del lat. *productiō*, -ōnis).

1. f. Acción de producir.
2. f. Cosa producida.
3. f. Acto o modo de producirse.

4. f. Suma de los productos del suelo o de la industria.

El verbo **producir**, a su vez, se define como:

(Del lat. producĕre).

1. tr. Engendrar, procrear, criar. Se usa hablando más propiamente de las obras de la naturaleza, y, por ext., de las del entendimiento.
2. tr. Dicho de un terreno, de un árbol, etc.: Dar, llevar, rendir fruto.
3. tr. Dicho de una cosa: Rentar, redituar interés, utilidad o beneficio anual.
4. tr. Procurar, originar, ocasionar.
5. tr. Fabricar, elaborar cosas útiles.
7. tr. Econ. Crear cosas o servicios con valor económico.
8. prnl. Explicarse, darse a entender por medio de la palabra.

En cuanto al término **audiovisual**, la misma fuente (s.f.) lo precisa como:

1. adj. Que se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.

Así que, si nos guiamos solamente por estas definiciones, reiteramos que la producción audiovisual se refiere a la creación o fabricación de cualquier artefacto o servicio destinado a ser apreciado por los sentidos de la vista y el oído a la misma vez.

Por su naturaleza, se infiere que el producto audiovisual tiene ciertas características que lo colocan en una posición peculiar con respecto a la mayoría de los otros objetos que se pueden llamar “productos”. Una pieza audiovisual no se utiliza con el mismo grado de contacto que el producto al que el ser humano estaba acostumbrado antes de su invención. “Producto”, entendido, entonces, como ese objeto o servicio que alguien crea, a partir de una inversión de recursos financieros, materiales y humanos, para que otro lo valore tanto que esté dispuesto a pagar o hacer un intercambio, no necesariamente monetario, por su disfrute.

Según el informe *Guía de negocio: Producción audiovisual*, realizado por el Centro Municipal de Empresas del Ayuntamiento de Gijón (s.f.), en España:

La producción audiovisual consiste en el desarrollo de aquellas actividades relacionadas con la planificación, organización y administración de recursos financieros y materiales necesarios para llevar a cabo un proyecto de realización audiovisual. (p. 6)

Y continúa:

Esta actividad se puede orientar hacia diferentes medios de comunicación y animación entre los que se encuentran los siguientes:

*Cine:* Se centra principalmente en la producción de largometrajes para ser estrenados, en primer lugar, en salas de cine.

*Televisión y video:* Elaboración de contenidos para su emisión a través de señales de televisión o vídeo para su venta directa o alquiler.

*Multimedia:* Generación de contenidos audiovisuales mediante el uso complejo de palabras, señales, imágenes, animaciones y vídeos en nuevos medios y soportes (internet, CD Rom, DVD, etc.)

*Animación:* Se trata de herramientas de software para la simulación de movimientos creados por la proyección sucesiva de imágenes (ejemplo: las series de dibujos animados). (Cursivas en el original) (“Guía de negocio: Producción audiovisual”, s.f., p. 6)

Corcuera De Los Santos (s.f.) define así el concepto:

En relación con la creación audiovisual (cine, televisión, video) es el resultado de la combinación de varias necesidades, a saber: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas.

Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se refiere, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo.

Es a esta planificación a la que se conoce, tanto en el mundo de la industria cinematográfica como en el de la industria televisiva, como producción audiovisual. (p. 2)

Pardo (2014) explica que “Hablar de **ficción audiovisual** es hablar de cualquier tipo de formato narrativo que se sirve de imágenes y sonidos para contar una historia –sean largometrajes, series de televisión, dibujos animados o videojuegos” (Negritas en el original) (Industrias culturales, industrias creativas).

El autor continúa afirmando que, para la mayoría de las personas, los géneros de la ficción audiovisual son solamente tipos de entretenimiento, pero que “para los más cultivados, pueden adquirir la forma de expresión artística que [...] alcanza cotas de obra maestra. Y para quienes viven de la industria audiovisual, el entretenimiento es, ante todo, un negocio” (Pardo, 2014, Industrias culturales, industrias creativas).

Los contenidos de ficción y entretenimiento se generan, pues, dentro de un contexto industrial que exige una **perspectiva integradora**, ya que pueden considerarse al mismo tiempo –y en grados diversos, según el tipo de contenido que se trate– una *forma de expresión artística*, una *actividad industrial* sujeta a leyes comerciales y un *medio de difusión de ideas* con impacto cultural y social. **Arte, medio de comunicación e industria**: tres caras de una misma realidad, que explican las peculiaridades de este ámbito de creación y gestión. De hecho, quienes trabajan en esta industria –guionistas, directores, productores– se mueven en un difícil equilibrio para obtener un resultado que puede ser al mismo tiempo una obra de arte, una manifestación cultural y un producto comercialmente rentable. (Negritas y cursivas en el original) (Pardo, 2014, Industrias culturales, industrias creativas)

Más adelante en el mismo capítulo, Alejandro Pardo (2014) se refiere al concepto de industria audiovisual de la siguiente manera: “[Esta] se articula en torno a tres sectores clásicos – producción, distribución y explotación (exhibición, emisión o venta) –, que se adaptan según los casos (cine, video, televisión, Internet, etc.)” (La industria audiovisual); y agrega que existen “diferentes modalidades de producción, que ponen de acuerdo a los diferentes integrantes de estos sectores –fundamentalmente productores, distribuidores y cadenas de televisión o

plataformas online; es decir, proveedores y distribuidores-difusores de contenido” (La industria audiovisual). Con base a esto, el autor luego concluye que “[...] la industria del entretenimiento audiovisual funciona como cualquier industria de manufactura de bienes o servicios” (La industria audiovisual).

Cuando se habla tradicionalmente de un producto audiovisual, se hace referencia a una pieza que solo cumple su función si se utiliza con varios tipos de aparatos que sirven para su captura, almacenamiento, disfrute y distribución, en la que además, para su creación final, deben estar involucrados varios expertos en diferentes áreas que abarcan todo el abanico de detalles que constituyen una producción audiovisual de calidad.

En cuanto a la organización y el flujo de trabajo de ese primer sector clásico mencionado por Alejandro Pardo –la producción propiamente–, encontramos que su inicio se da en el momento en que se crea el **guion**, o el desarrollo de la idea de lo que se quiere mostrar audiovisualmente.

Martínez Abadía y Fernández Díez (2013) explican que, para que ocurra una producción audiovisual, “en primer lugar, la entidad productora tiene que estudiar el *proyecto audiovisual*” (Cursivas en el original) (Fases del proceso de producción).

La idea o concepto del producto audiovisual puede estar más o menos elaborada. Puede ser un mero esquema de lo que el programa ha de ser, o una sinopsis (breve resumen de la narración), o un guión perfectamente elaborado, o un auténtico proyecto en el que todo está expresado, escrito y listo para producir.

En cualquier caso se parte de un documento descriptivo que define el proyecto y que lo presenta su propio autor o un director creativo encuadrado en una estructura de producción. (Martínez Abadía y Fernández Díez, 2013, Fases del proceso de producción)

Luego agregan que, para que el futuro producto audiovisual sea seleccionado, se debe hacer una “valoración artística del mismo y su definición añade las condiciones de plazo y costo asumibles por el productor” (Martínez Abadía y Fernández Díez, 2013, Fases del proceso de producción).

La selección del producto a realizar es la primera y principal misión del productor promotor: el origen de un producto audiovisual o multimedia puede ser una idea original o bien puede ser una adaptación de una novela, de una obra de teatro o incluso de un filme anterior. Los productores buscan ideas y contratan a guionistas para que las desarrollen. Analizan y valoran las propuestas de guionistas y directores, compran reservas de derechos de obras de teatro y novelas y, cuando ello es posible, controlan el proceso de elaboración o adaptación de los guiones en todas sus fases para asegurarse de que el producto responde a sus intereses.

[...]

Subrayamos el hecho de que es el productor promotor quien tiene la capacidad de decisión para continuar o no el estudio desde el punto de vista de producción, cosa que solo hará si la valoración temática y dramática de la historia planteada en términos cinematográficos le complace. (Martínez Abadía y Fernández Díez, 2013, Fases del proceso de producción)

En su libro, Syd Field (1984) indica que “un guión es una historia contada en imágenes: un guión trabaja con imágenes visuales, con detalles externos, con un hombre que cruza una calle concurrida, un coche que dobla la esquina, la puerta de un ascensor que se abre, una mujer que se abre paso a empujones entre la multitud” (p. 19). Y cierra el párrafo con: “En un guión usted cuenta su historia en imágenes” (Field, p. 19).

... Cuando escribe una escena o secuencia, está describiendo lo que dice y hace el personaje, los incidentes y acontecimientos que componen la historia. Cuando escribe un guión, está describiendo lo que ocurre [...] El espectador ve lo que ve la **cámara**, una descripción de la acción situada. (Negritas en el original) (Field, 1984, p. 19)

Fernández Díez y Barco (2009) aseguran que “El guión es el resultado de un proceso creativo que nace con una idea” (p. 19), y que “la semilla de cualquier proyecto audiovisual es el guión. Es muy conocida la frase de John Ford que dice que para hacer una buena película se necesitan tres cosas: un buen guión, un buen guión y un buen guión” (Fernández Díez y Barco, p.

19). Ambos autores elaboran sobre este dicho, expresando que aunque ellos consideran que hace falta más que un buen guión para que el producto final sea una buena película, “sí estamos totalmente convencidos de que sin un buen guión es imposible hacer una buena película” (Fernández Díez y Barco, p. 19).

Más adelante, explican cómo la idea transformada en guion luego pasa a convertirse en un proyecto audiovisual, después de que consigue la aprobación de un productor y el financiamiento.

Una vez el proyecto ya ha sido desarrollado, al productor le da garantías de ser viable y cuenta con la financiación para llevarlo a cabo, pasa al proceso de producción de la película, que cuenta con las siguientes fases:

- 1) Preproducción o preparación.
- 2) Producción, rodaje o grabación.
- 3) Postproducción.

(Fernández Díez y Barco, 2009, p. 93)

Martínez Abadía y Fernández Díez (2013) abren su texto de la siguiente forma:

Producir un filme cinematográfico, un programa concurso para televisión, un vídeo industrial, un vídeo interactivo, un filme de animación, un producto multimedia o cualquiera de las múltiples variantes de la cada vez más extensa gama de productos audiovisuales existentes sigue, necesariamente, un proceso que pasa por diversas etapas.

Aunque estas fases no puedan ser unificables para un elenco de productos tan variado como el que acoge la industria audiovisual, en todos los casos deberemos dar respuestas a preguntas tales como “qué” es lo que registrará, “quién” deberá estar presente en cada momento, “dónde” se producirá el registro, “cuándo” tendrá lugar y “cómo” se realizará. También será preciso disponer de recursos económicos para acometer el proyecto e incluso tener ideas de explotación comercial de la producción que faciliten la financiación. Sea cual sea la producción habrá que definir, analizar, diseñar, planificar, programar, financiar, ejecutar y explotar. (Principales misiones de la producción)

Más adelante, ahondan extensamente sobre las fases de producción, de las cuales aquí haremos apenas una breve explicación introductoria sobre lo que son. Según los mismos autores, la preproducción, o fase de preparación y programación, arranca realmente una vez que se consiguen los fondos, después de la valoración positiva de la idea convertida en guion. Para ellos, esto da pie al diseño del proceso de la producción.

En este momento es imprescindible contar con un guión literario que servirá de base para su transformación en guión técnico y éste, a su vez, para efectuar el diseño de la producción. Se trata de una fase eminentemente creativa en la que intervienen los guionistas, el realizador, consejeros especializados y asesores creativos según la temática del programa y también, por supuesto, el director de producción.

A continuación se entra de lleno en la labor de programación y preparación detallada donde el protagonismo es del equipo de producción. El resultado final se concretará en el *plan de trabajo* o *plan de producción* para cuya realización habrá sido preciso efectuar múltiples desgloses a partir del guión literario o el técnico, determinar las necesidades de todo tipo inherentes a la ejecución del proyecto, firmar contratos, gestionar permisos. (Cursivas en el original) (Martínez Abadía y Fernández Díez, 2013, Preparación y programación)

Fernández Díez y Barco (2009) también explican que en la preproducción “debe prepararse todo lo necesario para cumplir satisfactoriamente la fase posterior, la del rodaje. De modo que cuanto mejor se haya preparado el equipo para todo lo previsto pero también para los posibles problemas e imprevistos, más fluido y provechoso será el rodaje” (p. 93).

La fase de producción propiamente, que es lo mismo decir que el rodaje, la grabación o el momento en el que se registra el material que luego se va a transformar en el producto final, es aquella que conlleva el mayor riesgo artístico y económico, según Mollá Furió (2012), ya que durante esas semanas se ha de intentar que el planteamiento diseñado sobre el papel se lleve a cabo con la menor cantidad de interferencias posibles, sorteando situaciones aleatorias como enfermedades y correcciones diarias del guion, entre otras.

Finalmente, la postproducción inicia cuando ya se tiene todo el contenido de imágenes y sonidos registrado y organizado, según Bestard (2011), y el realizador, ayudado por los especialistas, lo transforma en el producto final que experimentará el espectador.

Es importante apreciar las posibilidades narrativas que rinde la fase de postproducción. Estas posibilidades deben ser tenidas ya en cuenta durante la elaboración del guión técnico porque, de lo contrario, podrían en su momento convertirse en “apaños”. Una obra audiovisual se gesta durante sus tres fases y las intenciones sobre el producto final van generando decisiones durante todo el proceso. Por ejemplo, si deseamos montar una determinada escena por encadenados, las tomas de cada plano serán más largas de entrada y de salida, el movimiento inicial y final de los actores será tenido en cuenta y los encuadres buscarán también un resultado óptimo en el momento de la transición. (Bestard, 2011, p. 66)

Con respecto al complemento auditivo de la pieza, Bestard (2011) dice sobre esta etapa que “el compositor, caso de que haya música original, y el montador musical, compondrán o elegirán música y efectos hasta la etapa de postproducción, en donde trabajarán junto al director de sonido para elaborar la mezcla sonora final” (p. 74).

Aunque las labores de la puesta en escena empiecen en la preproducción, con la planificación y el diseño de sus elementos, y se utilicen en la producción, algunas tareas, tales como efectos visuales y/o sonoros, se realizan en las cabinas de postproducción.

[...]

Vemos pues que, durante las tres fases de la producción, una obra audiovisual va avanzando como si de la elaboración de un puzzle de múltiples piezas se tratara. [...] Las piezas encajan entre sí a través de distintas porciones de formas y colores pero hay siempre una persona, el director o realizador de la obra audiovisual, que lo ejecuta, que decide por dónde empezar y cuándo, y también, qué ritmo quiere dar a su confección. (Bestard, 2011, p. 74)

Con respecto al producto en sí, sus formas y los preceptos que ha forjado y adoptado desde su nacimiento hasta el día de hoy, hacemos una breve referencia a lo que ha evolucionado como la **narrativa audiovisual** y el **lenguaje audiovisual**.

Sierra (s.f.) explica que el lenguaje audiovisual “está compuesto por los modos de organización de la imagen y el sonido que utilizamos para transmitir ideas o sensaciones, ajustándolos a la capacidad del hombre para percibirlos y comprenderlos” (p. 1).

El autor pasa a explicar que con el uso del lenguaje audiovisual, la persona o el ente que funge como emisor le propone a un receptor “un contenido que simule la realidad a partir de elementos de imagen y sonido. De este modo, podemos decir que este lenguaje tiene la capacidad de generar mensajes artificiales que estimulan al receptor de manera muy similar a como lo haría la naturaleza.” (Sierra, s.f., p. 1)

Marquès Graells (1995) expone que:

El lenguaje audiovisual, como el lenguaje verbal que utilizamos ordinariamente al hablar o escribir, tiene unos elementos morfológicos, una gramática y unos recursos estilísticos. Está integrado por lo tanto por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que nos permiten comunicarnos con otras personas. Sus características principales son:

- Es un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo) donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.
- Promueve un procesamiento global de la información que proporciona al receptor una experiencia unificada.
- Es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto.
- Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto. Suministra muchos estímulos afectivos que condicionan los mensajes cognitivos. ‘Opera de la imagen a la emoción y de la emoción a la idea’ (Serguéi Eisenstein).

Está claro que los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación (vale más una imagen que 1.000 palabras), resultan motivadores y aproximan la realidad a las

personas. [...] Ahora bien hay que ser crítico frente a la alienación que genera un consumo masivo, disperso e irreflexivo de imágenes. Umberto Eco ya nos advierte: ‘La civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis’. (El lenguaje audiovisual).

Por otra parte, Sánchez Navarro (2006) menciona que el supuesto general es que el lenguaje audiovisual, estrictamente, no existe, “puesto que en cada uno de los sistemas semióticos que participan en el universo de la ‘comunicación audiovisual’ se dan cita signos específicos” (p. 79). Además agrega que esa “naturaleza heterogénea haría que, en principio, no pudiera decirse que la combinación de estos símbolos constituye un lenguaje, puesto que su articulación no está sometida a una gramática concreta” (Sánchez Navarro, p. 79).

Hay voces autorizadas en el terreno de la teoría que insisten en que la expresión *lenguaje audiovisual* es utilizada por los técnicos en un sentido metafórico, puesto que la imposibilidad de una gramática configurada de una manera concreta y definida provoca en realidad que haya tantos lenguajes como expresiones. Sin embargo hay aportaciones muy meritorias que refutan esta idea; es decir, que afirman que, en efecto, el concepto *lenguaje audiovisual* está cargado de sentido desde un punto de vista teórico y metodológico. (Cursivas en el original) (Sánchez Navarro, 2006, p. 79)

En este mismo libro, el autor introduce el tema de la narrativa audiovisual con una serie de investigaciones previas que derivan en estos enunciados:

La narrativa audiovisual es un tipo particular de forma narrativa basada en la capacidad que tienen las imágenes y los sonidos de contar historias. Del mismo modo que la relación sintagmática de formas verbales constituye una continuidad que tiende a entenderse como narrativa, la articulación de dos o más imágenes será contemplada por el lector/espectador como una narración. (Sánchez Navarro, 2006, p. 77)

Con esta explicación, se entiende que la narrativa audiovisual puede surgir de cualquier combinación de imágenes y sonidos, sin la necesidad de que exista otra forma narrativa, como,

por ejemplo, la verbal, explicando, guiando o condicionando la interpretación que cada persona pueda entender de la misma mixtura; así como una combinación de palabras no necesita de un apoyo de imágenes y sonidos para ser entendida como una narración.

Entonces, se infiere que la narrativa audiovisual puede ser tan autónoma como la verbal.

*Narrativa audiovisual* es un término genérico, que abarca sus especies concretas: narrativa fílmica, radiofónica, televisiva, etc. Cada una de estas acepciones remite a un sistema semiótico particular que impone condiciones para el análisis y la construcción de textos. En su dimensión específica, cada una de las acepciones equivale al universo, temas y géneros que ha configurado la actividad narrativa de estos medios a lo largo de su historia.

Por narrativa puede entenderse también la forma del contenido, es decir, la historia contada. O puede equivaler al conjunto de una obra, a un período, a una escuela o a cualquier otro criterio que se pretenda coherente como conjunto. (Cursivas en el original) (Sánchez Navarro, 2006, p. 78)

El mismo autor presenta esta cita de Jesús García Jiménez:

‘El *telling* es *showing*. La narrativa audiovisual es escénica y representacional, es decir, el proceso narrativo se caracteriza por un ‘hacer dramatizado’. El cine, la radio, la televisión, el vídeo, cuentan las historias representándolas. Con independencia de los vínculos genealógicos con el teatro, la razón última estriba en que las imágenes, que asumen la función discursiva, se han cristalizado en soportes materiales que permiten su articulación, pero remiten en última instancia a los códigos de reconocimiento de figuras que rigen el lenguaje audiovisual del mundo natural.

El *showing* es *telling*. Las imágenes visuales y acústicas, asociadas al resto de los elementos portadores de significación –escalas de planos, iluminación, color, etc. – y a las articulaciones –montaje– que configuran los mensajes audiovisuales, permiten la presencia intencionada, controladora y manipuladora del narrador en el discurso audiovisual, da origen a estilemas individuales en la representación y

crea universos alternativos y distanciados del mundo natural'. (Cursivas en el original) (García Jiménez, 1993; cp. Sánchez Navarro, 2006, p. 78)

Por ende, aunque sí hace falta un marco de referencia a los estímulos sonoros y visuales del mundo natural para que la composición artificial de imágenes y sonidos genere un grado de entendimiento en el espectador, el realizador puede transformar el resultado final a su gusto, y alejarlo tanto de la realidad como le parezca, de acuerdo a lo que desee alcanzar con la pieza que está creando, aprovechando nada más que los recursos discursivos del propio ámbito de la producción audiovisual.

Hay ciertas condiciones descritas en esta sección que, hasta lo comprobado por este trabajo, se mantienen iguales o casi iguales ante la avanzada digital de los últimos años, como, por mencionar uno, la necesidad de tener una guía escrita para los realizadores sobre lo que se quiere mostrar en la pantalla; pero, a la vez, como se demostrará más adelante, existen otros que indudablemente están en pleno proceso de cambio y que más bien se han señalado para demostrar un punto importante de esta investigación: la forma en la que la tecnología ha permitido que la producción audiovisual sea más accesible. Por ejemplo, para la realización de este trabajo no hubo la necesidad de contar con un productor financista que aprobara la idea original de acuerdo a sus expectativas; la persona que tuvo la idea fue la misma que la ejecutó; y, congruente con esto, tampoco hubo la necesidad de reunir a grandes equipos de personas para poder hacer posible un producto final. Se espera que el portal web finalizado aproveche esta liberación de restricciones para motivar la contribución de realizadores que no necesariamente cuentan con los mejores recursos.

De cualquier manera, cada uno de los conceptos de la producción audiovisual tocados en esta sección sirvieron de alguna u otra forma en el proceso de creación de Whatö Digital, asumida esta como una pieza cinematográfica que usa a la Internet para construir una narrativa colaborativa.

## *2.1 Cine. Breve reseña histórica y evolución de su tecnología*

Mulvey (2007) afirma que los cambios tecnológicos traen consigo permutas en la percepción y el entendimiento humanos, y agrega que las relaciones entre las viejas y las nuevas

tecnologías audiovisuales producen sorprendentes nuevas configuraciones en las que los medios ópticos del siglo XIX se vinculan con los medios digitales del siglo XXI.

En el mismo trabajo recopilatorio, los autores Lyons y Plunkett (2007) aseveran que el gran impacto que han tenido los medios digitales necesita ser sopesado con el hecho de que estos mismos son parte de una larga y fascinante genealogía de usos multimedia, pues, desde el siglo XIX en adelante, la proliferación de las tecnologías visuales y auditivas han sido una clave importante de la cultura popular.

Los nuevos medios no se mantienen siendo “nuevos” por mucho tiempo, según Lyons y Plunkett (2007), pues estos rápidamente se hacen parte del ensamblaje de formas, siempre cambiante, que constituye el panorama completo de medios de comunicación. Además, los nuevos medios invariablemente absorben de, reestructuran e intentan mejorar los preceptos estéticos y las tecnologías ya existentes. Siempre están engranados ya en contextos sociales y culturales.

Lyons y Plunkett (2007) continúan afirmando que la plenitud de nuestro actual panorama de medios de comunicación nos alerta, paradójicamente, sobre los límites materiales y fenomenológicos de los pasados medios visuales dominantes, el cine y la televisión, al igual que de la gran cantidad de recreaciones ópticas del siglo XIX.

La producción audiovisual, por las características ya descritas, solo tenía sentido que existiera en esos dos medios específicos durante la mayor parte de los últimos cien años. Ambos, a pesar de sus puntos en común, guardan ciertas características particulares que los separan lo suficientemente como para ser considerados diferentes.

El cine es, como ya se mencionó, el medio audiovisual de referencia por excelencia. Casi siempre veremos que se habla primero del cine como vanguardia y marcador de tendencias en la producción audiovisual, además de ser campo de pruebas para nuevas tecnologías, técnicas y experimentaciones en términos de narrativa y temas tratados. Normalmente, el público accede a las obras cinematográficas de dos maneras. La primera es yendo a las salas, herederas de la tradición ritualista del teatro, en las que muchas personas disfrutaban del producto a la misma vez, en un espacio diseñado para generar toda una experiencia que va más allá del hecho en sí de ver la película. Ir al cine es un evento que comienza desde que se toma la decisión, por la razón que

sea, pasa por el proceso de llegar al lugar físico, ver los afiches y los anuncios de otras películas, hacer la cola para comprar las chucherías, buscar el mejor puesto disponible en la sala y experimentar la película con, en teoría, la tecnología de punta en cuanto a calidad de sonido y proyección de imagen. El proceso entero es un acto compartido en el que se tiende a crear una especie de comunidad tácita entre todos los asistentes, pero solo durante el tiempo que dura la pieza audiovisual.

La segunda manera de experimentar al cine está vinculada a la invención del otro medio que trataremos más adelante en este capítulo: el aparato conocido como televisor. Desde que existían las primeras películas, varios coleccionistas privados, amantes del séptimo arte, se dedicaron a montar salas de proyección en sus hogares, lo que llevó a generar una manera mucho más personal de ver el cine, a veces en total soledad, o con el solo acompañamiento de unos cuantos familiares o amigos. Esta nueva tradición se pudo explotar mucho más y, en efecto, se popularizó rápidamente, una vez que se hicieron accesibles al público las cintas de video y los aparatos diseñados para leerlas, que se conectan al televisor.

A pesar de que la producción televisiva generalizó la práctica de ver las piezas audiovisuales desde la comodidad y privacidad del hogar, es la invención del video casero la que satisface a las audiencias de varios tipos de entretenimiento que la televisión no podía brindar en un principio, gracias a la cualidad igualmente masiva en la que se transmiten sus productos.

Lyons y John (2007) mencionan que, así como la cultura digital ha motivado inconscientemente una mayor sensibilidad hacia el pasado, la examinación de prácticas previas de proyección en pantalla ha producido un punto de vista para reflexionar sobre la reciente metamorfosis de los medios.

### 2.1.1 *El invento. En los hombros de gigantes, enanos y de todos los tamaños*

Georges Sadoul (1967/2004) le da apertura a su libro de la siguiente manera:

Nació un arte ante nuestros ojos. La pintura o la música existen desde hace millones de años. Conocimos a Lumière y a Méliès, hubiéramos podido ver a Edison y a Reynaud.

[...] En una época en que los hombres conservan los menores testigos de sus menores actos, los archivos de este arte naciente casi se han volatilizado antes de que haya empezado a saberse que el cine había elaborado un lenguaje nuevo.

[...] bien visto todo, esos dos espectáculos ópticos [las sombras chinescas y la linterna mágica] apenas si influyeron en la narración del film más que la literatura, el teatro, la pintura o cualquier otro arte noble, las estampas de Épinal, los almanaques, los títeres, la caricatura o cualquier otro arte popular o menospreciado.

Pues pudo un arte nacer ante nuestros ojos porque no surgió en una tierra virgen y sin cultivo: se asimiló rápidamente elementos que tomó de todo el saber humano. Lo que constituye la grandeza del cine es que es una suma, una síntesis también de otras muchas artes. (p. 1)

Sadoul (1967/2004) divide la historia del cine en tres partes para el momento en que escribió su libro. Comienza con la etapa de lo que llama “El arte mudo”, entre 1895 y 1930, ofreciendo una sencilla explicación de lo que es la *persistencia retiniana*, principio por el cual es posible la invención del cine y de la producción audiovisual.

El cine, que hace desfilar ante nuestros ojos veinticuatro (y en otro tiempo, dieciséis) imágenes por segundo, puede darnos la ilusión de movimiento porque las imágenes que se proyectan en nuestra retina no se borran instantáneamente. Esta cualidad (o esta imperfección) de nuestro ojo, la *persistencia retiniana*, transforman un tizón que se agita en una línea de fuego. (Cursivas en el original) (Sadoul, 1967/2004, p. 5)

Sadoul (1967/2004) luego hace un breve repaso de lo que fue la comprobación de este fenómeno por los que llama “los antiguos”, avanza en su narración de los hechos hasta los estudios de Isaac Newton (el *disco de colores*) y del Caballero d`Arcy; la creación de la *rueda de Faraday*, en 1830, por parte del físico británico Peter Mark Roget, y todos los inventos y patentes que siguieron, inspirados en esa última, como el *taumátropo*, el *fenaquistiscopio*, y el *zoótropo*;

El taumátropo, creado en 1825 por [W.H.] Fitton y por el doctor Paris, es un simple disco de cartón que lleva en su recto y en su verso dos dibujos que se superponen para nuestro ojo cuando se les hace girar rápidamente. (Sadoul, 1967/2004, p. 5)

Más adelante, el escritor profundiza sobre la descripción de este aparato, el cual era, en su forma más arcaica, “un disco de cartón que tenía en el recto un pájaro y en el verso una jaula. El disco giraba y el pájaro estaba en la jaula. Aquí nada es animado todavía. Se trata únicamente de una sobreimpresión que se quería que fuese lógica y cuyos asuntos eran sencillos” (Sadoul, 1967/2004, p. 10). El aparato, como juguete, se puso de moda, y entonces “se vieron en los bazares de Londres, París o Viena un jinete y su montura, un decapitado y su cabeza, las dos mitades de una casa, las dos partes de una palabra, una bailarina y su pareja, un cazador y la pieza cobrada” (Sadoul, p. 10), entre otras imágenes curiosas.

El fenaquistiscopio, invención en 1832 de Joseph Plateau, físico belga y heredero también de los descubrimientos de Mark Roget, tiene la particularidad de que “su disco de cartón dentado (o agujereado por dientes) puede servir lo mismo para reconstruir el movimiento partiendo de una serie de dibujos fijos que para descomponerlo observando una serie de imágenes fijas” (Sadoul, 1967/2004, p. 5); y continúa, “lo cual es sentar, ya para 1833, los principios mismos del cine, tanto para la reproducción como para el registro” (Sadoul, p. 5).

En Viena, en París, en Londres, esos aparatitos salen de los gabinetes de física para convertirse en juguetes, que describe minuciosamente Baudelaire, en 1851, lamentando que su precio demasiado elevado los reserve a los más afortunados. Un inglés, Horner, les dio una forma nueva con el zoótropo (1834), que lleva una banda de imágenes sobre cartón que anuncia lejanamente el film. (Sadoul, 1967/2004, p. 5)

Aquí entonces, según la cronología que expone Georges Sadoul, podemos empezar a ver cómo la serie de artefactos que eventualmente derivarían en el cine vino materializándose paulatinamente con los descubrimientos de uno tras otro inventor, quienes usaban lo que ya se había aprendido para dar el siguiente paso. Se puede decir que la innovación en el terreno del arte cinematográfico fue, desde sus inicios, un proceso colaborativo, aunque esta cooperación no necesariamente haya sido consciente ni encaminada a concebir lo que hoy en día conocemos

como cine. De hecho, es interesante que la principal función de muchos de estos inventos era la de ser juguetes.

Esos aparatos podían por sí solos dar nacimiento al dibujo animado moderno, sobre todo cuando el general austriaco Uchatuis los proyectó en una pantalla, en 1853, combinándolos con la linterna mágica descrita ya en el siglo XVII por el jesuita Kirscher. Más, para que naciese el cine propiamente dicho, había que utilizar la fotografía.

[...]

En efecto, el cine supone la instantánea. La fotografía ha universalizado hoy esta idea; pero estaba lejos de ser ni siquiera sospechada cuando en 1839 el gobierno francés compró sus patentes a Mandé Daguerre y a los herederos de Nicéphore Niepce, para regalar al mundo uno de los inventos modernos más maravillosos.

La primera fotografía de Niepce, hacia 1823, *La table servie*, había necesitado catorce horas de exposición. Los primeros daguerrotipos fueron bodegones o paisajes: la exposición necesaria en 1839 aún pasaba mucho de la media hora. Nadie se extrañaba de esas dilaciones: la fotografía era para todos una forma nueva de dibujo, el medio de fijar químicamente las imágenes de las cámaras negras (*camera obscura*) empleadas por los artistas desde comienzos del Renacimiento. (Cursivas en el original) (Sadoul, 1967/2004, p. 6)

Entre 1840 y 1851 el tiempo de exposición se fue reduciendo progresivamente. Se empezaron a utilizar modelos humanos, pero estos todavía tenían que aguantar hasta 20 minutos en una posición estática para ser retratados. Para 1851 se generaliza el procedimiento del colodión húmedo, lo que conlleva a que nazca la fotografía “con sus placas de vidrio, de las que podían sacarse muchas copias o pruebas. El tiempo de exposición se redujo entonces a unos segundos, y una nueva profesión artesanal, la de fotógrafo, empleó en seguida a decenas de miles de personas” (Sadoul, 1967/2004, p. 6)

Fue en sus talleres donde se realizaron, a partir 1851, las primeras *fotografías animadas* (Claudet, Duboscq, Herschel, Wheatstone, Wenham, Seguin, etc.). A todos estos realizadores o investigadores les impidieron las complicaciones del

colodión húmedo obtener *tomas de vistas*, impresionar una decena de imágenes durante el segundo en que se verifica un movimiento. Se vieron obligadas a recurrir al *expediente de las exposiciones sucesivas*. Si se trataba de mostrar a un hombre bajando un brazo, se le fotografiaba con el brazo levantado. Después de cargar de nuevo el aparato se le volvía a retratar con el brazo un poco más bajo, y así sucesivamente. Procedimiento imperfecto, pero que antes de 1870 permitió a Dumont, a Cook, a Ducos du Hauron sobre todo, profetizar los usos futuros del cine y algunas de sus técnicas (*acelerado, retardado, cine astronómico, etcétera*). (Cursivas en el original) (Sadoul, 1967/2004, p. 6)

De nuevo, y ahora con más semejanza a lo que podemos ver hoy en día como la exploración de formas innovadoras de narración cinematográfica, observamos cómo los precursores de este arte ya utilizaban todos los recursos tecnológicos disponibles en su momento para generar novedosas formas de expresión; vadeaban obstáculos y planteaban ideas con los elementos a los que tenían acceso para generar producciones inauditas y obtener resultados que se convertirían en las inspiraciones y referencias de los que les seguirían.

Sadoul (1967/2004) narra la anécdota del millonario Leland Stanford, el fotógrafo Eadweard Muybridge y la animación de un caballo galopando. Resumida, dice que el primero, “enriquecido por el comercio y los ferrocarriles, había hecho una apuesta sobre la andadura y las actitudes del caballo al galope” (p. 7), así que decide gastar una fortuna para que el segundo construyera un dispositivo que describe de la siguiente forma:

A lo largo de una pista por la que corrían unos caballos estaban situadas veinticuatro cabinas, cámaras oscuras en las que veinticuatro operadores preparaban, a toque de silbato, veinticuatro placas de colodión húmedo; porque en este procedimiento las placas dejan de ser sensibles al cabo de unos minutos, en cuanto se secan. Cargados los veinticuatro aparatos, se lanzaba a la pista a los caballos, que se fotografiaban a sí mismos al romper unos bramantes colocados en su recorrido. (Sadoul, 1967/2004, p. 7)

Después de varios tropiezos en el desarrollo del aparato y luego de la sesión de captura de imágenes de los animales, en la que ocurrieron varios accidentes, finalmente las fotos de los

caballos se hicieron públicas en 1878, y esto atrajo el interés de muchos científicos y el rechazo de algunos otros de la comunidad artística.

El fisiólogo Étienne Jules Marey también puso su parte importante en el desarrollo de esta nueva tecnología de captura de imágenes. Después de veinte años de estudiar el movimiento de los animales, en 1882 decide emplear la fotografía como ayuda en sus experimentos. Para ese entonces ya estaban saliendo al mercado las placas fotográficas de gelatina-bromuro. Marey construye el *fusil fotográfico* –inspirado en el *revolver fotográfico* de Janssen, de 1876–, y luego sigue inventando y ajustando sus creaciones hasta dar con el “*cronofotógrafo de placa móvil* mediante la adaptación de rollos de película Kodak, recién salidos al comercio” (Cursivas en el original) (Sadoul, 1967/2004, p. 7).

Estos avances influenciaron a una nueva generación de fotógrafos, quienes llegaron a su propio nivel de experticia y lograron hacer exposiciones de sus trabajos ante diferentes públicos. Algunos de estos entusiasmados con el nuevo invento, como Leprince y Friese Greene, usaban cintas perforadas para obtener la mejor exposición posible. Otro creador que empezó a perforar sus cintas por esa época fue Émile Reynaud, el creador del dibujo animado.

Reynaud, [...] artesano y autodidacta de genio, construyó en 1877 un *praxinoscopio* que perfeccionaba el zoótropo de Horner con el empleo de un tambor de espejos. Transformando poco a poco este humilde aparato (praxinoscopio, *teatro de proyecciones*, etc.), Reynaud construyó en 1888 su teatro óptico (en el que utilizaba cintas perforadas) con ayuda del cual pudo dar, a partir de 1892 y durante cerca de diez años, [...] las primeras representaciones públicas largas de dibujos animados, en colores, proyectados en una pantalla. Componían sus programas cintas que duraban diez o quince minutos cada una. Reynaud había empleado ya la técnica esencial del dibujo animado moderno (disociación de las figuras animadas y del decorado, calcos sucesivos en hojas transparentes, *trucajes*, *circuitos cerrados*, etcétera).

En la misma época [de los inventos de Reynaud, hacia 1887] [Thomas] Edison hizo entrar el cine en una etapa decisiva, al crear la película moderna de 35 mm con cuatro pares de perforaciones por imagen. (Cursivas en el original) (Sadoul, 1967/2004, p. 8)

El autor narra que Edison, un hombre con experiencia y vocación empresarial, no confiaba en que la invención de la película proyectada tuviera éxito si no estaba acompañada por sonido, o no era “hablada”, cualidad que infructuosamente había tratado de conseguir con algunas patentes previas; así que el famoso inventor se negó a proyectar sus films en público, al principio, para no matar a “la gallina de los huevos de oro” (Sadoul, 1967/2004, p. 8). En cambio, en 1894, decidió lanzar a la venta su *quinetoscopio*, “de anteojos, grandes cajas que contenían películas perforadas de 50 pies” (Sadoul, p. 9), es decir, un aparato que solo podía usar un individuo a la vez.

Inmediatamente, en todos los países del mundo decenas de inventores buscaron el modo de proyectar esos films en una pantalla. [...] Para sus proyecciones utilizaron ya copias positivas de films de Edison, adquiridas en el comercio, ya films del formato Edison, impresionadas por ellos en cronofotógrafos imitados de los aparatos de Marey.

[...]

En 1895 se multiplicaron las primeras representaciones de cine. Los realizadores casi siempre se desconocían entre sí, lo que provocó en seguida interminables controversias sobre el invento del cine. [A] los Estados Unidos, donde se habían vendido los primeros quinescopios, llegan los primeros con Acme Le Roy y Eugène Lausle (representaciones aisladas y sin resonancia a partir de febrero), Dickson, Latham y sus hijos (serie de representaciones interrumpidas rápidamente por la deserción del público, en mayo, en Nueva York), Armat y Jenkins (sesiones dadas con mediano éxito en septiembre, en Atlanta). Poco después conoce Alemania las proyecciones de Anschütz (octubre, demostraciones públicas aisladas en Berlín) y de Max Skladanowski.

Pero ninguno de esos espectáculos fue acogido con el éxito enorme que obtuvo el cinematógrafo Lumière, a partir del 28 de diciembre de 1895, en el Grand Café, boulevard des Capucines en París. (Sadoul, 1967/2004, p. 9)

Louis Lumière comenzó a trabajar en su invento desde la llegada a Francia del *quinetoscopio* de Edison. Después de experimentar con adaptar varios aparatos, como la

*excéntrica de Hornblauer*, con los que hizo varias demostraciones públicas, en marzo de 1885 comienza a construir el cinematógrafo en los talleres que dirigía el ingeniero Jules Carpentier. La máquina diseñada por Lumière era a la vez cámara, proyector e impresora, “un aparato muy superior a todos sus competidores. Su perfección técnica y la novedad sensacional de los asuntos de sus films aseguraron su triunfo universal” (Sadoul, 1967/2004, p. 9).

En muy poco tiempo, decenas de operadores formados por Lumière y su hermano esparcieron por el mundo la popularidad y el alcance del producto y del nuevo espectáculo que generaba. La curiosidad del zar, del rey de Inglaterra, de la familia real austriaca y de toda la realeza de Europa hizo que el aparato se hiciera aún más popular y solicitado. Los operadores impusieron a donde iban el uso del término “cinematógrafo”, o sus abreviaciones *cine*, *cinema* y *kino*, entre otras.

La primera competencia del cinematógrafo en Estados Unidos, al momento de su llegada, era el *vitascopio* de Armat-Edison, “pero el éxito del aparato francés rebasó con mucho el del proyector que patrocinaba el gran inventor” (Sadoul, 1967/2004, p. 10). Su segundo gran competidor fue el *biógrafo*, “concebido por [Eugene] Lauste y Dickson y explotado por una poderosa sociedad financiera en la que participaba el hermano del presidente MacKinley” (Sadoul, p. 10). Otros inventores, ingenieros, creadores y visionarios del momento, como Léon Gaumont, Georges Demeny, Charles Pathé, Henri Joly y Georges Méliès –este último utilizando un aparato de William Paul, uno de los principales competidores de los Lumière–, siguieron explorando posibilidades, buscando patentes más poderosas y eficientes, tratando de agregarle al espectáculo la tan elusiva grabación y reproducción directa de sonido, entre otras mejoras. Surgieron numerosos inventos que querían resolver el mismo problema.

A fines de 1896, el cine había salido definitivamente del laboratorio. Los aparatos patentados se contaban desde entonces por centenares. Lumière, Méliès, Pathé y Gaumont en Francia, Edison y la Biograph en los Estados Unidos, William Paul en Londres, ya habían echado las bases de la industria cinematográfica, y todas las noches miles de personas se apiñaban en salas oscuras. (Sadoul, 1967/2004, p. 10)

### 2.1.2 Desde Méliès hasta el cine digital

El cine es protagonista de la historia, en primer lugar, porque su presencia en las sociedades contemporáneas, desde hace más de un siglo, ha sido más que la de un testigo que registra, de manera gráfica y llena de vida, los momentos fundamentales de nuestro tiempo. [...] [Este protagonismo] se apoya, en buena parte, en su carácter de medio de comunicación y en su consiguiente triple dimensión: informativa, persuasiva y de entretenimiento. (Montero y Rodríguez, 2005, p. 12)

La inventiva del francés Georges Méliès fue uno de los hitos más trascendentales, si no el más importante, en el esfuerzo por la supervivencia y la evolución del arte cinematográfico. Georges Sadoul explica que “las aportaciones de Louis Lumière y sus operadores son considerables. Pero el realismo lumierano, que en cierta medida fue siempre mecánico, niega al cine sus principales medios artísticos” (Sadoul, 1967/2004, p. 20).

El *cinematógrafo* empezaba a perder popularidad después de un año y medio de proyecciones meramente demostrativas, “cuyo arte se limitaba a la elección del tema, al encuadre y la iluminación” (Sadoul, 1967/2004, p. 21). Según este autor, el cine debía aprender a contar historias para salir de este “callejón sin salida” (Sadoul, p. 21), y Méliès lo que hizo entonces fue comenzar a emplear los recursos de otro arte: el teatro. “La principal marca del genio de Georges Méliès es, según su propia expresión, haber sido el primero en lanzar ‘al cine por su camino teatral espectacular’” (Sadoul, p. 21), aunque había tenido precursores en algunas producciones de temas religiosos.

Los efectos especiales rudimentarios del prestidigitador francés son evidencia de una voluntad por expresar todo lo que se podía sacar de la tecnología disponible. Entre estos estaban los usos de la pirotécnica, la técnica de parada de cámara, los fundidos encadenados, la superposición, las dobles exposiciones y las coloraciones a mano de los fotogramas. De sus pruebas y éxitos con las audiencias es que sus seguidores comienzan a adaptar y explorar sus propios efectos y técnicas de cámara, iluminación, montaje, construcción de sets y diseño de vestuarios. Así, surge una ola de cine fantástico que provoca un nuevo auge de la industria. El

mismo Edison, por ejemplo, quien había hecho una fortuna con la distribución en Estados Unidos de *El viaje a la Luna* (1902), saca su propia *El viaje a Marte* (1910).

El director, productor y guionista Edwin S. Porter se convierte en pionero al experimentar con las posibilidades del montaje y los tirajes de cámara. Filma en locaciones reales y hace cortes continuos entre varias acciones, dando la impresión de que están ocurriendo a la misma vez. Su película más famosa es *The Great Train Robbery* (1903), con la que, además, inicia el género *western*. En esos años, los primeros representantes del cine español son Fructuós Gelabert, oriundo de Catalunya, y Segundo de Chomón, con productos como *El hotel eléctrico* (1908).

Para la década de los 1910, el estadounidense David W. Griffith (*El nacimiento de una nación*, de 1915, e *Intolerancia*, de 1916) termina de consolidar el lenguaje cinematográfico, dándole un dinamismo sin precedentes a unas películas más largas, aprovechando al máximo sus técnicas, posiciones de cámara y estilo de montaje, obtenidas de la recopilación de todos los avances que el cine europeo y el norteamericano habían ido aportando en los últimos diez años. El cineasta soviético Serguéi Eisenstein también descubre nuevos terrenos de la narrativa audiovisual que se convierten en los elementos más resaltantes de sus obras maestras, como *El acorazado Potemkin*, de 1925.

Como ejemplo de intentos autorreferenciales (y quizás auto paródicos) de la ya llamada “magia del cine” en sus primeras décadas, Paul Young (2006) narra una anécdota sobre la película *Just Imagination* (*Solo imaginación*, producida por George Kleine en 1916), que parte de un enunciado que supuestamente hizo *Times* sobre el aparato de Edison en 1896, en el cual sugerían que ver una película era una experiencia activa y colectiva, estructurada por las posibilidades que se imaginara la audiencia. Según Young, un remanente de esta forma de ver el cine se expone conscientemente en la película de 1916, que es parte de una serie sobre las aventuras de un señor llamado Musty Suffer.

En la cinta, el protagonista vive una secuencia de experiencias extrañas –como que la comida y el agua desaparecen antes de que él pueda probarlas, una cafetera se transforma en un ganso y una cerilla derrite un bloque de hielo en pocos segundos–, provocadas por dos científicos “especialistas en imaginación”, quienes, al llegar al último acto, el señor descubre que son parte de una imaginación más grande aún –y no un sueño– provocada por el golpe en la cabeza que se

dio con una rueda, en un accidente que ocurre al principio de la historia. Al final, el hombre levanta la rueda (semejante a un carrete de cine) y comienza a reírse, dándole a entender al público que ellos también han participado en un experimento en el que unos “especialistas en imaginación” –los cineastas– les han hecho creer que estaban soñando mientras los usaban para probar sus nuevas tecnologías.

La exploración, la inventiva y los ensayos siguieron agarrados de la mano año tras año, transformando preceptos, proponiendo técnicas y aprovechando al máximo los aparatos y conocimientos disponibles. El cine mudo tuvo artistas geniales e innovadores en personas como Charlie Chaplin, pero también en técnicos y productores que siempre buscaron dar el siguiente paso importante.

Por ejemplo, un intento temprano de unir la proyección de cine con las telecomunicaciones se hizo en 1922 para tratar de resolver el problema de la sincronización de audio mientras se proyectaba una película. El medio utilizado fue la radio, y la compañía de cine Rothacker hizo una demostración de esta propuesta que, según Paul Young (2006), la publicación *Wireless Age* describió como un sistema en el que cada cine proyectaba su copia de la cinta a una hora específica, mientras que, desde una estación de radio a distancia, los actores volvían a actuar sus voces sobre otra copia del filme que les proyectaban en cabina. Los receptores de cada sala transmitían la actuación en vivo sincronizada con lo que se veía en pantalla.

Por supuesto, esta solución resultó ser poco práctica, pero Hollywood siguió buscando maneras de unir al cine con la radio por varios años, hasta que, gracias al trabajo de una serie de investigadores con los ojos puestos en otras tecnologías, el cine sonoro se hizo real y bastante popular antes de que terminara esa década.

Una nueva ola de oportunidades y entusiastas llegaron después de la proyección de la primera película que oficialmente tenía sonido sincronizado, *The Jazz Singer*, de 1927. Desde los años siguientes hasta ahora, los movimientos, tratados, críticas al status quo y modas asociados al cine no se han estancado, y han dado cientos de miles de productos audiovisuales diferentes, algunos de los cuales colocaron nuevos toques de calidad y criterio artístico. De estas eras, fórmulas y estilos podemos mencionar algunos de los más conocidos, como el Star System de Hollywood, el expresionismo alemán, el surrealismo propuesto por Luis Buñuel, el *cinéma*

*verité* francés, el cine comercial iniciado por George Lucas y Steven Spielberg a finales de los años 70, junto con el *boom* de los efectos especiales y las grandes superproducciones; el Dogma 95 trazado por Lars von Trier y Thomas Vinterberg, el cine político latinoamericano, la industria de Bollywood y las miles de formas de expresiones cinematográficas nutridas por las tantas culturas distintivas del planeta; cada una resaltando, necesariamente, el avance de los recursos tecnológicos como eje importante de su propuesta, incluso en los casos en los que se buscaba o se busca justamente prescindir de estos.

Así como se pudo grabar y proyectar sonido sincronizado con la imagen en movimiento, la semilla que plantaron Méliès y sus contemporáneos siguió creciendo con el constante desarrollo de cámaras, equipos y técnicas de captura. Hoy en día existen grúas, rieles y drones a control remoto que hacen lo que solo se podía soñar hace más de un siglo. Las técnicas de *stop motion*, los animatrónicos, el sistema de *CinemaScope* y todos sus derivados y mejoramientos, los *timelapses* de corte documental, los centenares de diseños de escenografía y de estructuras de iluminación, y las animaciones por computadora son frutos de esos soñadores, cosechados por sucesores pioneros, autodidactas y profesionales como Ray Harryhausen, Walt Disney, Akira Kurosawa, Jim Henson, Stanley Kubrick, Tom Howard, Ron Fricke, Michael Gondry, Jim Jannard, entre tantos otros.

En 1975 y 1976 salen al mercado el Betamax y el VHS, respectivamente, como escribe Lim (2008) en su artículo; dos tecnologías similares cuyo objetivo compartido era darle al ciudadano común la oportunidad de reproducir en un espacio personal, y en un horario conveniente para él, las cintas cuyas temporadas de proyección en los cines ya habían terminado. Originalmente se pensó que la gente querría solo alquilar las cintas, pero para la década de los 80 se había descubierto que muchos preferían comprarlas y recopilar sus colecciones personales, así que empezaron a venderse con una nueva estrategia de mercadeo. El éxito fue rotundo, y las tecnologías del video casero han seguido avanzando hasta el DVD (lanzado en el año 1997) y su triunfante sucesor, el Blu-ray Disc (lanzado en el año 2006).

La práctica del video casero cambió muchos aspectos fundamentales de la manera en la que se experimenta la pieza audiovisual. La tradición teatral para ver cine perdió fuerza ante una forma mucho más privada de entretenimiento, según comenta Young (2006), continuando el proceso que ya había iniciado la televisión. Los géneros de películas aumentaron, dado que se

comenzaron a producir para grupos de gente con intereses muy específicos, y para otros que no se hubiesen atrevido a verlos en una sala pública. Se renueva el entretenimiento que es, o muy poco aceptado a puertas abiertas por la sociedad (como las películas B que van directamente al mercado de casa o la pornografía) o que apuntan a nichos extremadamente cerrados y delimitados, como los documentales que abordan tópicos muy concretos o las series de películas educativas de diferentes áreas del conocimiento, entre un centenar de otros tipos de producciones audiovisuales; más, como escribe Poniewozik (2012), las opciones que existen para ver la misma pieza, que transforman el resultado de la experiencia de acuerdo a los gustos de cada quien.

La industria del cine sigue promocionando sus lanzamientos en las salas tan o más agresivamente que antes de la era del cine casero, de acuerdo a lo que dice Young (2006), pero ahora lo hace con la intención de que este período sea la mejor publicidad para las formas de consumo más rentables: compra y alquiler de videos para la casa, transmisiones en canales por cable o satélite, el *pay-per-view* y, más recientemente, páginas como Netflix.

### *El cambio a digital*

Para abrir su libro, Paul Young cita un párrafo que, en inglés, se lee así:

In spite of our confident labeling of media, genres, styles, and the like, every phenomenon is subject to new perceptions regarding its very identity... With each technological or social shift, cinema (has) found itself subject to redefinition –as photography, as illustrated music, as vaudeville, as opera, as cartoon, as radio, as phonography, as telephony, and so on. (Altman, 1994; cp. Young, 2006, p. ix)

Traducido, el texto expresa que, a pesar de la catalogación que les damos a los medios, los géneros, los estilos, etcétera, todos los fenómenos son susceptibles a crear nuevas percepciones con respecto a su propia identidad, y que, con cada transformación tecnológica o social, el cine se ha tenido que redefinir a sí mismo.

El cine digital es la continuación de otro proceso de desarrollo que inició en el área de la tecnología informática. Como casi todo aspecto de la vida moderna, el avance de las computadoras ha penetrado progresivamente en el mundo de la producción audiovisual, y sus resultados, después de muchas mejoras, han permitido tener formas más eficientes de registrar, almacenar, distribuir y proyectar el cine. La tarjeta de memoria poco a poco sigue sustituyendo al

celuloide como mecanismo de registro principal, sobre todo para las producciones de menores recursos, ya que el costo y las posibilidades de ver en vivo lo que se está registrando hacen que el riesgo de la producción sea menor.

Los dos puntos focales de la revolución digital son el tipo de cámaras que se utilizan (lo que recuerda al debate de principios de los años 2000 entre la calidad del cine tradicional contra lo barato que es el cine digital) y el tipo de proyección, de los cuales el articulista Jamie Stuart hizo un análisis para la revista Indiewire en el 2011. Durante la última década los públicos se han ido acostumbrado más y más al *feel & look* de los píxeles, sobre todo después de la invención de cámaras como la Red y del *boom* de las DSLR caseras que permiten grabar en alta definición a un bajo costo sin precedentes. Como menciona Stuart (2011), al ver la película *Drive*, del año 2011, grabada con la Alexa de Arri –novedosa para ese entonces–, sintió que esa era la imagen digital más orgánica que había visto en su vida. Según el articulista, lo digital es ahora el nuevo “normal”.

Young (2006) recuerda que George Lucas, productor multimillonario y hombre clave en la industria de Hollywood, decidió grabar el *Episodio II* de *Star Wars*, *El Ataque de los Clones* (2002), completamente en formato digital, y exigió que algunos cines la proyectaran también con tecnología digital; lo que forzó a muchas salas a comprar proyectores que no utilizan el carrete tradicional. Los beneficios para la eficiencia en la distribución del producto audiovisual se han hecho evidentes con los años y, afortunadamente, los mayores beneficiados han sido los productores independientes.

Pero además de los dispositivos obvios, Young (2006) menciona varias otras herramientas que han permitido que la producción se siga haciendo más profesional a menores costos. Un guionista ya no usa una máquina de escribir, si no Word, o *softwares* específicos que colocan el texto en el formato de guion automáticamente; existen aplicaciones para crear *storyboards*; existen programas de creación de *soundtracks* y edición de sonido para computadoras personales, como Soundtrack Pro, Audition y Audacity; están los programas de edición no lineal de video, como Final Cut Pro, Sony Vegas y Premiere, y los de alteración de la imagen, como After Effects, Photoshop, DaVinci Resolve o Magic Bullet Suite, además de los cada vez más accesibles *softwares* de animación como Dragon Frame (específico para hacer *stop motion*), Maya y Blender.

## 2.2 *Industria vs. Cine independiente*

The collective imagination of film is now as close to edging into the *truly* public domain as it has been since Bobby snapped shots of his family and servants behaving badly on nickelodeon screens in 1908, or at least since avant-garde filmmakers of the fifties, sixties, and seventies discovered 16-milimeter technology. (Cursivas en el original) (Young, 2006; p. 231)

Con esta enunciación, el autor expresa su creencia en que estamos en una era en la que la imaginación colectiva del cine está tan cerca de ser verdaderamente del dominio público como lo estuvo cuando los primeros cineastas registraban escenas de sus vidas cotidianas o, por lo menos, cuando una generación de realizadores vanguardistas de los años cincuenta, sesenta y setenta descubrieron la tecnología de 16 milímetros.

Dado que la propuesta del portal web de cine interactivo se enfoca, en gran parte, en las posibilidades que brinda la tecnología para producir, distribuir y dar a conocer material audiovisual a menores costos que a los que tradicionalmente se ha hecho, es importante dejar clara la distinción que existe entre lo que se conoce como cine de industria, producido y financiado por estudios de gran poder económico, y el cine independiente, alternativo o de bajo presupuesto, en el que, por sus mismas condiciones desligadas a financistas que puedan comprometer la exploración creativa, creemos que es un espacio favorable para proponer ideas originales.

Obenson (2013) explica que la discusión para definir lo que es un filme independiente se mantiene fuerte en estos días, aupada por los debates en las redes sociales, y utiliza como ejemplo el contraste entre los premios que obtuvo la película *Silver Linings Playbook* (2012) contra los que no obtuvo *Beasts of the Southern Wild* (2012) en la premiación de los Indie Spirit Awards de ese año. El autor del artículo repasa varias definiciones del término de algunas figuras prominentes, en las que se mencionan características como que debe ser “libre”, “personal”, “la película que el director quiere hacer”, y “que está hecha fuera del círculo de un estudio convencional de cine, ya sea que éste se encuentre en Hollywood, Pinewood o Bollywood”. Obenson concluye que la distinción se mantiene ambigua, y que esa dificultad de definir al cine independiente se ha hecho más compleja en los últimos años.

Para Elliot Grove (s.f.), fundador del *Raindance Film Festival* y de los *Independent British Awards*, todo arte es independiente, y es solo en Estados Unidos que se tiene que hacer esta distinción entre el cine comercial y el no comercial, que califica como extraña e inusual, dada la cultura corporativa que existe en la industria cinematográfica de ese país. Según su artículo, Hollywood ha generado una cultura en la que, básicamente, son empresarios los que crean la mayoría de las películas para poder llevar a cabo sus acuerdos de millones de dólares. Por esto, continúa, es que se usa el adjetivo de “independiente” para distinguir al cine que se produce fuera de los límites de este esquema. Al finalizar, resume que una película independiente es aquella que expresa una visión única y personal sin compromisos.

Más adelante tocaremos el tema de la democratización de la producción audiovisual, que ha ocurrido, principalmente, gracias a la tecnología que permite realizar productos de calidad con presupuestos relativamente bajos.

### 2.3 La televisión

La televisión es el otro invento, y medio, con el que se ha transmitido la producción audiovisual a los públicos durante la mayor parte de su historia y, por ende, se ha desarrollado y así forjado sus propias fórmulas y preceptos.

Su invención también vino de un largo proceso de ensayo y error, con un punto de origen en las mismas invenciones que llevaron al cine, como la linterna mágica y el teatro de sombras chinas, la *camara obscura* y los *peep shows*, entre otros, pero la línea de experimentación sufrió una bifurcación cuando las expectativas de un grupo de creadores y visionarios llevaron a desarrollar la tecnología de transmisión de imágenes en movimiento a distancia (Burns, 1998).

Aunque recalcamos la importancia del medio televisivo como fundamental para la evolución del lenguaje audiovisual, en este trabajo no vamos a hacer una investigación profunda sobre su invención y desarrollo, ya que el objetivo final es crear una pieza cinematográfica exclusiva para la World Wide Web. De todas formas, repasaremos superficialmente algunas características del medio que nos parece que son importantes tener en cuenta a la hora de planificar un proyecto de innovación en el área de la distribución audiovisual.

Como describe Young (2006), la televisión es habitualmente una experiencia mucho más íntima que la de ir al cine, y requiere una actitud menos ritualista de parte del espectador, lo que

puede implicar, a su vez, un menor grado de concentración y de atribución de importancia de parte de él hacia la pieza que está viendo.

A este medio a veces se le conoce como el hermano menor del cine. La diferencia fundamental entre ambos es la manera en la que se transmite o le llega al público el producto; pero esto, por supuesto, derivó en una serie de características propias de ambos durante el pasado siglo, que terminó haciendo que la ramificación en la manera de presentar el trabajo audiovisual en sí, en ambos formatos, se hiciera muy distintiva y evidente.

El sistema está fundado en el fenómeno fotoeléctrico que permite transformar las radiaciones luminosas en corriente eléctrica. A partir de esta transformación se hace posible la codificación y el transporte de la señal hasta un receptor donde se produce la decodificación y nueva transformación de la corriente eléctrica en imagen visible. (Martínez Abadía, 1994, p. 35)

El aparato receptor de transmisiones a distancia, ya sea por varios tipos de cables, ondas o satélite, transforma la señal en una proyección de un producto audiovisual que puede ser ya filmado o grabado, y editado antes de su transmisión, o puede estarse filmando o grabando en vivo y directo. Dado que originalmente la señal televisiva era abierta y podía ser sintonizada por cualquiera que tuviese uno de estos aparatos, los cánones de producción para televisión tenían muchas restricciones en cuanto a historias, estructuras narrativas, niveles de complejidad y la abundancia de temas. La televisión buscaba la mayor cantidad de público posible, y por ello tendía a generalizar las necesidades de entretenimiento de un público que, a falta de alternativas, terminaba acostumbrándose a lo que se le ofrecía.

Young (2006) analiza el hecho de que la televisión comenzó a cumplir otras funciones, muy diferentes a las del cine. Se convirtió en una suerte de cohesionador familiar durante su primer período de existencia, ya que la familia empezó a utilizar el pasatiempo como una buena excusa para reunirse a hacer algo en común. Una vez descubierto el poder del producto audiovisual en las decisiones y el estilo de vida del individuo, el televisor comenzó usarse como plataforma de propagandas políticas e ideológicas y de venta de productos de consumo masivo, con mucho mayor alcance y eficiencia que los que podía lograr el cine. Surgieron y se perfeccionaron las técnicas de hacer comerciales, otro tipo de producto audiovisual con sus características y fórmulas propias.

## 2.4 ¿Televisión independiente?

Hoy existen cientos de canales y páginas web de individuos y grupos que se dedican a producir los llamados *webisobes*, o piezas audiovisuales de corta duración pensadas para la Internet; y para comprobarlo basta con entrar a YouTube y echarle una ojeada a la página principal; pero, con la idea de cine independiente a la mano y tomando en cuenta las características de la transmisión para la televisión, surge la duda, ¿existió algo que podría llamarse televisión independiente antes de que se popularizara la World Wide Web?

En su artículo para Indiewire, Wilmore (2012) explica que la definición como tal de algo que se pueda llamar televisión independiente sigue provocando dudas y discusiones a estas alturas. Los espacios *online* parecen ser el lugar obvio para buscar el equivalente al cine independiente de la pantalla chica, y como ejemplo, la articulista relata que dos cineastas estadounidenses, Richard Linklater y Morgan Spurlock, estaban estrenando para ese momento una serie de televisión en Hulu, cada uno, que algunas cadenas televisivas habían rechazado al hacerles el *pitch* por razones como que la idea era muy “loca” para la línea de programación habitual del canal.

Al parecer, todavía no se ha encontrado un modelo de negocio rentable para la televisión independiente que no incluya la utilización de cadenas establecidas o financiamientos por parte de entes de poder. Ir a ver una película independiente en una sala dedicada a eso o comprar un DVD de distribución limitada no son experiencias que difieren mucho de las que el público ya acostumbra a hacer con el cine comercial, y por ello la producción de piezas únicas de cine independiente tiene una ventaja ante la televisión (Rosenberg, 2012). Producir un seriado y contar con una plataforma de transmisión administrada por un equipo pequeño y de bajos recursos sigue siendo un obstáculo muy grande para la era digital y, lógicamente, una labor casi imposible de imaginar antes de la década de los 90.

Brown (2011) da varias razones por las que producir una serie para la Internet es mucho más conveniente que intentar llevar un *pitch* a una cadena establecida. Básicamente, menciona, la World Wide Web ofrece oportunidades creativas que las restricciones de programación de las grandes televisoras no permiten desarrollar. La necesidad de llegarle a audiencias que cuente por los millones de espectadores es la razón por la cual, según el autor, muchos programas son

vacíos y parecen copiados. La televisión por cable tiene más libertad, pero aun así su programación está restringida por factores como los gustos de su audiencia fuerte, los controles gubernamentales y las decisiones de las marcas que hacen publicidad en ella; al contrario, la Internet le permite al realizador colocar el material que él decida y con el mismo buscar a una audiencia con gustos similares. Brown luego agrega que mientras que para una televisora convencional un rating de dos millones de espectadores es un fracaso, para la Internet es un fenómeno sumamente positivo.

Aparte de estas referencias, todo el material escudriñado sobre el tópico no dice mucho con respecto a la existencia de alguna televisora propiamente independiente de algún circuito cerrado durante el transcurso del siglo pasado. La mayoría de las fuentes consultadas hablan sobre la necesidad de que canales comerciales transmitan cine independiente, o de la presión que existe y los esfuerzos que se están haciendo, hoy en día, para conseguir una vía de desarrollo para la producción de seriales de alta calidad que se distribuyan por Internet.

## *2.5 El futuro de la producción audiovisual*

En 1995, Alfonso López Yépez escribió que la “tecnología digital interactiva es el primer sistema multimedia totalmente digital que integra, en un ordenador personal, video, imágenes fijas, varios canales de sonido, gráficos y textos” (para. 1); y agregó que “el eje básico de esta tecnología radica en la velocidad de procesamiento de la información: la velocidad de animación se apoya básicamente en coprocesadores gráficos -chips, tarjetas- y en el manejo de algoritmos de compresión-descompresión que funcionan en tiempo real” (para. 1).

Nos encontramos por consiguiente en la era de la tecnología digital, lo que va a suponer un cambio de mentalización en cuanto a la forma de trabajar, menor jerarquización en las labores profesionales y unas posibilidades impresionantes de nuevas creaciones en todos los ámbitos. Surgen nuevos conceptos, se adoptan nuevas terminologías sustentadas en la tecnología más reciente: cine digital, cine dinámico, cine interactivo, cine electrónico, cine infográfico, cine a la carta, cine virtual. (López Yépez, 1995, para. 3)

La última gran esfera en la que se pueden consumir productos audiovisuales en verdad no es una sola, sino una serie de artefactos, todos englobados bajo un solo concepto: la tecnología

informática. Gracias a la revolución digital y a toda la serie de inventos que trajo consigo, año tras año de avance después de su invención, los artefactos de proyección y reproducción de piezas audiovisuales se han hecho cada vez más numerosos, accesibles y cómodos de utilizar. Desde las salas de cine que ya no usan el típico proyector, sino que funcionan con la tecnología básica de un ordenador al que se le puede meter un disco por USB y reproducir la película que ahí viene grabada –lo cual hace que los costos y el tiempo de distribución de una pieza sean mucho menores–; pasando por las computadoras personales con sus lectores de DVD, o el acceso por Internet a páginas como Youtube, Netflix y HBO Go, más la gran cantidad de portales de descargas ilegales; los televisores herederos del aparato tradicional, que desde los últimos años son capaces de conectarse a la red mundial y conseguir los mismos productos que puede conseguir cualquier computadora personal; hasta los dispositivos móviles de telefonía y navegación, como los *smartphones* y los *tablets*.

En el artículo *El teatro y las nuevas tecnologías*, de Carina Maguregui, la autora hace referencia a una entrevista hecha al realizador británico Peter Greenaway,

[El artista multifacético] sostiene que la llamada revolución digital nos ofrece la posibilidad de re-crear el cine, el teatro, la ópera y las artes en general de una manera nueva, con un potencial inimaginable, que basa su arquitectura en dos pilares o conceptos claves: multimedia e interactividad. (Maguregui, s.f., para. 4)

Dentro de esta misma categoría, hasta cierto grado, se encuentran las consolas y otras plataformas capaces de reproducir videojuegos; un tipo de producto audiovisual influenciado directamente por el cine, la televisión y otras artes y formas de entretenimiento, que, además del uso de la imagen y el sonido para presentar una narración, tiene como conceptos principales la interactividad y el sentido lúdico (Young, 2006).

#### *Democratización de la producción audiovisual*

Uno de los temas más importantes que se toca en esta investigación es el de la llamada democratización de los medios de comunicación, un proceso continuo que ha sido posible por la convergencia de dos ámbitos de la tecnología informática: la producción digital, que ya explicamos, y el crecimiento y la popularización de la herramienta de almacenamiento y distribución casi inmediata llamada la World Wide Web

Ya desde la última década del siglo pasado se preveían los cambios profundos que ocasionaría la Internet. Un ejemplo de esto es el *Manifiesto Cluetrain: el ocaso de la empresa convencional* (The Cluetrain Manifesto), creado en 1999 por Fredrick Levine, Christopher Locke, Doc Searls y David Weinberger. Se trata de una lista de 95 afirmaciones con las que se promueve la idea de que el mercado ahora es una conversación constante de ser humano a ser humano, y no una línea de influencia vertical desde las empresas tradicionales a un sector demográfico anónimo (Levine et al, 1999).

Hoy, en una época en que la crisis económica asola cada vez más a los países y retira progresivamente la capacidad política y cultural de financiar producciones audiovisuales, el cine digital se enmarca dentro de las ambiciones de hacer películas con bajos presupuestos y gran independencia, libres de limitaciones impuestas por productoras o distribuidoras y susceptibles de ser recibidas por un amplio público a través de canales de exhibición más independientes y compartidos. (Alves, 2012, p. 133)

El artículo de Pedro Alves (2012) expone en retrospectiva la historia reciente del desarrollo digital en el cine, enfocado en las oportunidades de calidad que éste terminó ofreciéndole al cine barato –en el sentido literal–, personal y desprendido.

Antes de que esta tecnología se hiciera accesible al público, varios movimientos previos intentaron crear las condiciones para que los realizadores independientes tuvieran más autonomía y libertad creativa; entre estos se encuentran el Cine-Ojo de Vertov, de la década de los 20 del siglo pasado; el Neo-Realismo italiano, la *Nouvelle Vague* francesa, el *Free Cinema* inglés, el *New American Cinema*, el Dogma 95 y otros; cada uno propuso una serie de normas de producción, criterios estéticos y objetivos artísticos que, de alguna u otra forma, igualaron el acceso a la creación para los cineastas que no contaban con los recursos de un gran estudio. Según Alves (2012), uno de los elementos más importantes que se benefició de estas corrientes fue la creatividad, al romper, cada uno en su momento, con moldes estancados y carentes de innovación. Para él, eso mismo está ocurriendo hoy en día, pero con un alcance mucho mayor que lo que pudo tener cualquiera de estos antecedentes de la democratización audiovisual.

[...] el cine vive hoy una nueva existencia, con más posibilidades, mayor libertad, con procedimientos y resultados más variados. La democratización fílmica se puede entender como la meta de un conjunto de deseos que, como hemos visto, recorren todo el siglo XX, dentro de diferentes culturas, países, autores y estéticas de cine. Vertov, De Sica o Godard no tenían el elemento digital como propósito de sus demandas, pero la digitalización del cine posibilita, sin lugar a dudas, gran parte de la libertad, independencia creativa, experimentación y originalidad reivindicada por los cineastas. (Alves, 2012, p, 133)

En 2010, el periódico El País, de España, publicó un artículo sobre la nueva generación de cámaras digitales *prosumer*, que inicia con este párrafo:

Aviso a escépticos. Que la cámara de fotos Canon-EOS 5D Mark II sea el futuro del cine no es publicidad encubierta. Es el último eslabón en la democratización fílmica o, lo que es lo mismo, la posibilidad en forma de cacharro *high-tech* para que cualquier amante del cine realice un largometraje con calidad profesional reduciendo costes y facilitando su producción. Mientras la publicidad y la televisión ya han utilizado las ventajas de esta cámara, un capítulo de la serie *House* fue grabado con ella, el pasado Festival de Cannes acogió la *première* mundial de dos filmes rodados íntegramente con este aparato: *La casa muda*, del uruguayo Gustavo Hernández, y *Rubber*, del francés Quentin Dupieux. Ambas se proyectarán en el próximo Festival de Sitges. (Cursivas en el original) (Minguell, 2010, para. 1)

*Rubber* es la historia de un cacho de automóvil que se enamora de una muchacha y usa sus poderes psíquicos para matar a quien le impida enamorarla. Su realizador, antes conocido como Mr. Ozio en su faceta de DJ, “[...] lo ha hecho con un planteamiento en lo narrativo muy a lo Pirandello vía la MTV y que en lo formal destaca, entre otras cosas, por haber sido rodada en 14 días, sin director de fotografía, sin jefe operador y con... una cámara de fotos” (Minguell, 2010, para. 2). La pieza, para ese momento, ya se había presentado también en el Festival de Locarno.

### **III. PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA LA WORLD WIDE WEB**

En el siguiente capítulo se hace un corto recuento del desarrollo de la Internet y la World Wide Web, y de algunos de los cambios que esta tecnología ha traído al área de la producción audiovisual y su consumo.

#### *3.1 Breve reseña histórica de la Internet*

El inicio de la capacidad del ser humano de comunicarse a distancia está en todos los intentos que precedieron al teléfono y el telégrafo, como las señales de humo, el uso de instrumentos sonoros de gran alcance (como gongs y cuernos) y demás. Alexander Graham Bell creó los primeros teléfonos en la década de los 1870 mientras trataba de perfeccionar el telégrafo, y en los años sucesivos (la mayor parte del siglo XX hasta alrededor de la mitad de los 90), éste se convirtió en la herramienta de telecomunicación principal de la humanidad, hasta que la Internet, lentamente, lo fue suplantando (Leiner et al, s.f).

Los primeros experimentos sobre redes de comunicación entre varias computadoras se hicieron en la década de los 50. La idea, desde el principio, era de la de crear una tecnología que permitiera compartir información entre varios usuarios de máquinas separadas físicamente (Leiner et al, s.f.). Entre los 60 y 70, muchos experimentos y descubrimientos sentaron normas y estructuras que hoy son habituales para la navegación cotidiana, como el correo electrónico, que dio sus primeros pasos en redes cerradas, y luego pudo saltar barreras entre redes precursoras como ARPANET, BITNET y NSFNET. En la década de los 80 se empezó a ver ejecuciones de estos conceptos en todo el mundo, dada la investigación que se hacía desde las esferas militares y académicas (Suddath, 2009), y en febrero de 1990 se unen por primera vez varias redes para conseguir el nacimiento de la Internet. En el transcurso de los 90 se crea la World Wide Web, lo que le da un empujón al proceso de penetración de la tecnología, primero en los países desarrollados y, con relativa más lentitud, en los países con menos recursos.

Entre los 90 y los primeros años del siglo XXI, el uso de la Internet creció vertiginosamente, apoyado por las posibilidades de creación de contenido que podía mostrar abiertamente al mundo cualquier persona con el conocimiento de programación necesario; pero un salto más marcado ocurrió cuando la Internet dejó de ser solo un repositorio de información y comenzó a ser un lugar de participación activa. Además de los usuales foros *online*, los *chatrooms* y las páginas dedicadas a almacenar *blogs*, hitos de los años de transición de siglo, los portales que llegaron un poco después, como YouTube (lanzada en 2005) y las redes sociales Friendster (lanzada en 2002), MySpace (lanzada en 2003) y Facebook (lanzada en 2004), entre otras, permitieron que los usuarios comunes y corrientes, sin conocimientos de informática, pudiesen colocar abiertamente cualquier tipo de expresión que les provocara, no solo texto, y forjar comunidades en línea con gente que compartía los mismos gustos y necesidades (Digital Trends, 2014). Se popularizó la práctica de crear portales como plantillas para que los usuarios las llenaran con sus personalidades, usando sonidos, videos, fotos, dibujos y textos de toda índole.

### 3.2 *Los medios en la Web*

En un artículo para la revista *El profesional de la información*, Javier Díaz-Noci (2010) explica los cambios que este instrumento ha generado en la transmisión y el consumo de medios de comunicación:

A mediados de la década de 1990 los primeros medios de comunicación mal que bien se pusieron en la World Wide Web. Se trataba de un sistema de hipertexto global más modesto que el de formulaciones teóricas anteriores (como el proyecto Xanadu de Ted Nelson), que consiguió convertirse en poco tiempo en paradigma de internet –junto con el correo electrónico, son los dos protocolos más extendidos entre los internautas–.

[...]

Los medios de comunicación y especialmente los diarios dieron a partir de [la] mitad de esa década el salto a la Web y, aunque en muchas ocasiones han mostrado tendencias y estrategias dependientes de variables económicas y empresariales, también han innovado considerablemente el lenguaje de actualidad

–y el de la ficción, pues no hemos de olvidar que una parte al menos tan importante si no más del negocio de los medios es el entretenimiento–. Esta revolución es comparable a la que hace cinco siglos produjo en el mundo occidental la imprenta, y es imparable, si bien no ha hecho más que comenzar. (p. 561).

Más adelante el profesor señala que “Desde un punto de vista organizativo se detecta una tendencia en los medios hacia la producción integrada, los profesionales multitarea, la distribución multiplataforma y la audiencia activa” (Díaz-Noci, 2010, p. 562).

### *Lo audiovisual*

Según el artículo de Justin Morrow (2013), debería existir un antes y un después de la invención de YouTube. Con un solo ejemplo sobre cómo ha cambiado nuestra vida cotidiana, y la rapidez con la que podemos acceder a nuevas experiencias sensoriales, demuestra que su aseveración tiene sentido: hoy en día nos parece difícil imaginarnos una época en la que una persona recordaba una canción que escuchó una sola vez en algún lugar y no podía buscarla en menos de 30 segundos para oírla cuantas veces quisiera. Citando al comediante estadounidense Patton Oswalt, el articulista menciona que estamos viviendo en “la era del todo para siempre”, y el mundo está cambiando de una forma que apenas estamos empezando a entender.

La World Wide Web se utiliza para transmitir mensajes, pero también para promocionar a los profesionales que se dedican a crearlos. Por ejemplo, los portafolios personales de artistas multimedia abundan. Directores independientes como Joel Kefali (<http://www.joelkefali.com/>), quien hizo el video de la canción Royals de la cantante Lorde; y Martin de Thurah (<http://www.academyfilms.com/martin-de-thurah>), director danés galardonado por su estilo visual, se promocionan principalmente por la Web (ver *Anexo I*).

Las ideas que benefician al arte cinematográfico también han sido fructíferas al aprovechar la herramienta; un ejemplo de esto es la ONG World Cinema Foundation (<http://worldcinemafoundation.org/>), establecida por Martin Scorsese, que se dedica a la recopilación, preservación y restauración del patrimonio cinematográfico mundial, especialmente de países de bajos recursos económicos, en los que las cintas están en un mayor riesgo de perderse para siempre. Esta organización, que no produce material audiovisual propio, utiliza la

Internet para conseguir financiamiento y promocionar su trabajo en redes sociales y aplicaciones como Pinterest.

Con respecto al lanzamiento relativamente reciente de las *tablets*, Díaz-Noci (2010) menciona cómo éstas pueden transformar aún más las prácticas de consumo actuales:

Estas pantallas podrían estar también cambiando la forma de consumo del audiovisual que hasta ahora predominaba: la comunitaria –el cine– o familiar –la televisión– para dar paso a un acceso similar al del libro: individual y en silencio. La televisión no está interesada en un dispositivo que imita el papel, sino en una pantalla portátil que permita reproducir sus contenidos [...] (p. 562)

De ser así, quizás estamos en un momento en el que es oportuno explorar comportamientos alternativos en el proceso de creación y consumo audiovisual, que tengan la función de mantener viva la cualidad de actividad compartida.

### 3.3 *Algunas propuestas innovadoras, vanguardistas y actuales*

Existen varios ejemplos de comunidades de creativos *online* que se han establecido para fomentar diferentes prácticas en pro de la innovación y la generación de ideas. Adelantándonos un poco al tema del próximo capítulo, mencionamos algunas que permiten la colaboración más que otras: existen las que se enfocan en solo la muestra del talento de sus usuarios; otras van un poco más allá y facilitan la retroalimentación entre los mismos; otras tienen secciones enteras dedicadas a la enseñanza; y otras tienen como propósito principal lograr que las buenas ideas se vuelvan proyectos bien financiados que puedan concretarse íntegramente.

La mencionada YouTube está entre la segunda y la cuarta categoría. La mayoría de sus usuarios levantan una popularidad nula o pasajera; pero hay creadores que ganan el suficiente dinero con las series que montan en sus canales personales para financiar sus futuros proyectos. Justin Morrow (2013) escribe en su artículo que gracias a la publicidad, adaptada al modelo de esta plataforma, es que los mil canales más vistos generan un promedio de \$23.000 al mes, cada uno, y concluye que aunque le parece que ésta no es la manera más eficiente de ganar dinero todavía, por la relación de número de visitas con la cantidad de dólares, en el futuro se hará más común la generación de riquezas gracias al contenido audiovisual montado en la Web.

Luego, están las páginas que tienen conceptos similares a YouTube, pero con algunas diferencias que los hacen más atractivos para audiencias con diferentes afinidades. Además de DailyMotion, Liveleak, Metacafe, y páginas más especializadas como Blip.tv, Big Think, 5 Min, Hulu, entre muchas otras, existen propuestas como la ahora inexistente Current TV, en la que la comunidad votaba por los videos colocados y los que tenían mayor ranking eran transmitidos por el canal de televisión del portal; y Vimeo, una página creada por cineastas que, por la calidad de sus videos y las opciones que ofrece, es preferida por los realizadores audiovisuales más profesionales. Para el 2010, en este último portal se cargaba un promedio de 170.000 videos diarios (“12 Video Sites That Are Better Than YouTube”, 2010).

Una influencia directa para el diseño de Whatö Digital es la plataforma web de corte documentalista que se llama viewAt (<http://www.viewat.org/>), cuya razón de ser es la de crear un espacio de almacenamiento virtual, “de espíritu colaborativo que permita la generación y divulgación de fotografías panorámicas, también conocidas como fotografías de 360 grados” (viewAt.org, s.f.). Una de sus imágenes más influyentes para el realizador de este trabajo es de la Quebrada del Jaspe (o Kakó Parú), en el Parque Nacional Canaima, creada por Jesús González (2012).

DeviantArt (<http://www.deviantart.com/>) es una página bastante popular, enfocada totalmente a su comunidad de artistas, que van desde ilustradores en 2D, animadores por computadora, creadores multimedia, fotógrafos, escritores y otros. Fue fundada en el año 2000 por tres ingenieros, Angelo Sotira Scott Jarkoff, y Matthew Stephens. Entre las opciones que ofrece está la de que sus usuarios pueden pedir versiones impresas de las piezas colocadas ahí, lo que genera una oportunidad de oro para que los artistas financien su vocación.

Behance (<https://www.behance.net/>) es un portal que sirve como herramienta de promoción para diseñadores gráficos, ilustradores y otros creativos, quienes pueden ponerse en contacto con profesionales o aprendices de sus mismas áreas y así propagar sus portafolios por todo el mundo, pero filtrando a visitantes casuales que no están buscando sus servicios. Su empresa dueña actual es Adobe (Lardinois, 2012).

Flickr (<https://www.flickr.com/>) es un portal que se concentra principalmente en el compartir de piezas fotográficas, profesionales y *amateurs* (Graham, 2006). A partir del 2010,

los millones de miembros de su comunidad pudieron empezar a vender las imágenes que colocan ahí.

IdeasTap (<http://www.ideastap.com/>) es una comunidad británica de creativos que se enfoca en conectar a profesionales y *amateurs* con posibles fuentes de financiamiento y trabajo, promoviendo sus portafolios (que se pueden colocar libremente en el portal), informando sobre aperturas laborales y promocionando cursos, seminarios, entrevistas, festivales, concursos y demás. Fue fundada en 2008 por Peter De Haan, y cuenta con el respaldo de sociedades de artistas como la agencia de fotografía Magnum.

Kickstarter (<https://www.kickstarter.com/>) es un portal que se concentra en *crowdfunding*, lo que significa hacer visibles los proyectos de personas creativas de todo el mundo, para que puedan conseguir financiamiento con el acumulado de aportaciones monetarias que hacen los miembros de su comunidad. El mecanismo es simple y funciona de la siguiente manera: un miembro coloca su proyecto, con nombre, foto y descripción, en la página web, donde aparece una barra de fondos recaudados justo debajo del “perfil” del mismo. Todos los usuarios, miembros o no, pueden ver y evaluar el proyecto que quieran, y decidir si se inscriben en el portal para hacer su aporte. Los tipos de proyectos que cubren están en las áreas de pintura, cómics, manualidades, baile, diseño, moda, cine y televisión, comida, juegos, periodismo, música, fotografía, imprenta, tecnología y teatro.

A medida que pasa el tiempo son más visibles los casos de realizadores independientes que usan su ingenio para promover visiones y hábitos de creación diferentes a los más conocidos. Su mayor recurso es lo que hay en sus cabezas y la creatividad que vierten en las herramientas digitales de las que disponen. Casey Neistat es un ejemplo de esta “irreverencia” en la manera de asumir la producción audiovisual en la era de la economía de la creatividad. Amanda Pons (2014) lo comienza a describir como “un realizador publicitario de 33 [años] afincado en Nueva York y conocido por sus videos en YouTube entre otras cosas”.

Muchas marcas se están dando cuenta de que **las formas de promoción tradicionales** se están quedando atrás y que hay que innovar respecto a los contenidos. Neistat fue todo un pionero en 2003 cuando sorprendió con iPod’s Dirty Secret, en el que se dedicaba a dibujar sobre los carteles promocionales de iPod que la batería tenía 18 meses de duración. Esto, supuso un dolor de cabeza

para Apple, el cual, se vio obligado a cambiar las baterías de sus reproductores. En este incidente, probablemente, muchas marcas se dieron cuenta del poder que tienen a veces los videos de los usuarios.

Ya más adelante, y para el bien de las marcas, llega Nike a Casey Neistat. La marca deportiva le pidió que hiciera un video de qué es lo que significa para él “**Make It Count**”. ¿Qué es lo que hizo? Viajar durante 10 días por todo el mundo, vivir experiencias, disfrutar, además de dotar al video de frases de gente reconocida que potencia el concepto que aborda toda la pieza: ‘haz que valga la pena’. (Negritas en el original) (Pons, 2014, para. 5 y 6)

Vania Heymann es una estrella de YouTube, procedente de Israel, que en el año 2010 colocó una asignación universitaria en la Web en la que mostraba símbolos religiosos sustituidos por diseños de la tienda Ikea. La pieza se volvió viral y el joven creador continuó ganando popularidad con sus subsecuentes trabajos. Tanto, que hoy en día tiene en su trayectoria el haber dirigido el video interactivo para la canción de Bob Dylan, *Like a Rolling Stone*, lanzado en el año 2013 (<http://video.bobdylan.com/desktop.html>). En este, uno puede cambiar entre 16 canales diferentes cada vez que quiera, y en cada uno va a ver un tipo diferente de show televisivo (un programa de noticias, una comedia romántica, un juego de tenis, etcétera) que parece totalmente auténtico, excepto porque los personajes de cada uno están cantando la canción en el momento justo en el que uno la está escuchando.

Heymann recuerda, en una entrevista hecha por la revista Rolling Stone (Edwards, 2013), que la mayoría de los actores que audicionaron para los varios roles le contaban que la idea era muy extraña, pero que él siempre les aseguraba que todo iba a estar conectado en el producto final.

En el área de los videos interactivos, también en el año 2013, el artista Pharrel Williams se unió a la empresa de producción audiovisual, We Are From L.A. (<http://www.wearefromla.com/>), para crear lo que llamaron el “primer video de 24 horas”. La canción, *Happy*, es una pieza pop bastante alegre, y para promocionarla hicieron un video en el que el visitante puede ir cambiando de horas mientras la escucha, y en cada una vemos a una persona (gente común, actores como Steve Carrell, alguien disfrazado de un *minion* de la película de 2010, *Despicable Me*), bailando la canción frente a la cámara en el momento preciso

en que ya se venía escuchando cuando se hizo el cambio. La página web (<http://24hoursofhappy.com/>) tiene un diseño cinematográfico intuitivo, con una proporción de tamaño *widescreen*, en el que el usuario, con apenas algunos indicios y un reloj en el medio, navega y descubre el concepto de la misma por su cuenta. Para el momento de la culminación de esta investigación, ya había superado las 10 millones de visitas (Harris, 2013).

Llevando la promoción de su trabajo a un nivel más personal de interactividad y control por parte del usuario, el *disc jockey* y productor sueco Avicii contrató a la agencia fourclops (::) (<http://fourclops.com/>) para crear la plataforma TrueTube (<http://truetu.be/>), en la que el visitante puede hacer mezclas entre los videos de YouTube que elija y las canciones del músico disponibles en el portal. La comunidad puede votar por estas combinaciones y los administradores motivan la participación con premios a los más populares o más creativos.

Como vemos en algunos pocos ejemplos, los artistas e innovadores audiovisuales están en todo el mundo, interviniendo de diferentes maneras y promoviendo varias formas de cooperación, ya sea para ser cultivadores del arte o del entretenimiento, o para la generación de contenido beneficioso para una comunidad, una región o la humanidad entera. El paso a la producción audiovisual cada vez se ve menos limitado por las restricciones físicas (y por ende, monetarias) y el desarrollo acelerado de su ingenio se sigue incrustando en la cantidad de propuestas y descubrimientos de los herederos de los inventores del siglo XIX; solo que, ahora, sus locuras, disrupciones y aciertos tienen el potencial de llegar a miles de otros posibles inventores a una velocidad de apenas segundos. El trabajo de hormigas ya no es tan anónimo, y quizás, ni tan ingrato.

### 3.4 *En Latinoamérica y Venezuela*

Dos ejemplos de portales latinoamericanos creados para almacenar y distribuir cortometrajes, con un diseño tradicional basado en normas de usabilidad estándar, son: Los mejores cortos (<http://www.losmejorescortos.com/>), la cual sirve para hacer visibles producciones de todo el continente colocadas por sus propios realizadores; y Venezuela en corto (<http://www.venezuelaencorto.com/>), en donde se pueden ver producciones nacionales seleccionadas por la organización.

Durante esta investigación también se consiguió dos ejemplos para públicos hispanohablantes con conceptos similares al de Kickstarter. Uno es Verkami (<http://www.verkami.com/>), y el otro es una serie de organizaciones similares bajo el nombre de Start Up, en diferentes países (España, Perú, Chile, México, etcétera), que abordan diferentes tipos de proyectos de emprendedores.

Existen y siguen surgiendo iniciativas de promoción audiovisual como el Festival de Cine Creative Commons Bogotá (2014), que se describe como:

[...] una iniciativa de la Productora Audiovisual Armadillo Media con el acompañamiento de diversas entidades públicas y privadas en la que se reúnen personas interesadas en la discusión sobre la Cultura Libre, las nuevas licencias de productos creativos y la realización audiovisual en sus más recientes e interesantes tendencias narrativas y técnicas dentro del entorno digital. (para. 1)

Con respecto a la producción audiovisual venezolana exclusiva para la Web, mencionamos dos ejemplos populares que contrastan por sus contenidos y los entornos sociales de sus creadores, a pesar de que ambos apuntan a hacer críticas de la situación social, política y económica actual del país.

El primero es la serie de *webisodes* animados “Cárcel o Infierno”, creados por el recién fallecido Luidig Ochoa, quien, luego de obtener cierta popularidad nacional con su canal de YouTube, comenzó a producir dos series de carne y hueso sobre la misma temática de la violencia carcelaria y el fenómeno del “malandraje” en Venezuela, “Cárcel o Infierno real” y “Somos ladrones”. Laura Weffer (2012) hizo un reportaje sobre este realizador para el periódico Últimas Noticias:

Tiene varias cicatrices de puñaladas, pero ni siquiera se ha molestado en contar cuántas. Se limita a decir que son “bastantes” y él mismo se ha hecho ocho tatuajes. En el pecho, en los brazos y en las piernas. **Usó su piel para practicar el arte que luego lo salvaría del “malandreo serio”**. Luidig convirtió su experiencia de más de **cinco años preso en Tocarón y en La Planta** en una serie animada llamada “**Cárcel o infierno**” que, con sus nueve capítulos, ya tiene más de 7 millones de visitas por YouTube.

[...]

**Luidig es un autodidacta.** Por eso no deja de sorprenderlo el interés que ha levantado su trabajo. Aunque se masificó con *Cárcel o infierno*, la verdad, ya tenía una historia laboral desarrollado en **Ávila TV**, en **VTV** y en el **Ministerio de Comunicación e Información**. Todavía se ríe cuando los corresponsales extranjeros que han escrito sobre él le piden que los invite a su estudio. “Hermano, yo no tengo estudio. Yo trabajo en la misma mesa donde como. Quito el plato y allí está: mi oficina”. (Negritas en el original) (para. 2 y 13)

El segundo ejemplo es la serie animada “Isla Presidencial”, producida por los creadores del portal de noticias humorísticas *El Chigüire Bipolar* (<http://www.elchiguirebipolar.net/>). CNN en español publicó un reportaje en el que describe algunas características del programa:

Los encargados de darle vida a 'Isla Presidencial', la popular serie animada en YouTube que satiriza a los mandatarios de la región, no tienen dificultad para encontrar inspiración para su caricatura. Después de todo, los desaciertos y particularidades de los gobernantes son materia prima suficiente.

[...]

En Internet los creadores encontraron el espacio propicio para su humor. En tres años, los videos han colmado las redes sociales y llamado la atención de miles de usuarios.

[...]

El noveno episodio del programa, "El pajarito de Maduro" —visto más de 600.000 veces— fue comentado precisamente por el presidente de Venezuela Nicolás Maduro, quien manifestó, con humor, su inconformidad por la forma en que es representado. "Yo no soy tan bruto", dijo el mandatario durante una reunión con candidatos a alcaldías para las elecciones municipales de diciembre.

La serie obtuvo el galardón a Mejor Canal de Video por Deutsche Welle en 2010 y a Mejor Caricatura en los Premios Blimp Venezuela 2013. (“Isla Presidencial, la serie que se burla de los presidentes de Latinoamérica”, para. 1, 4, 9 y 10)

## IV. ARTE COLABORATIVO

El arte colaborativo es un concepto que puede llegar a ser muy amplio, dependiendo de bajo cuál lente teórico se aborde. Conjuntamente, como es un área de estudio relativamente nueva que se sigue construyendo, es necesario mencionar que las referencias a veces no son congruentes en cuanto a una definición categórica.

El concepto se puede ilustrar con los procesos de creación colectiva de piezas de arte que a veces se implementan en los métodos pedagógicos: un grupo de gente, reunida en un espacio físico o virtual, con un interés común, decide ir creando una obra de teatro, una pintura, una escultura o cualquier otra expresión artística con las partes que va aportando cada uno.

Cipriano Argüello Pitt (2009) escribe que “terminado el primer decenio del siglo XXI, la creación colectiva sigue teniendo su impronta en las prácticas contemporáneas. Quizás lo que se desactivó fue la fuerte intención política [de los años sesenta]...” (p. 3), y luego describe las características de la dramaturgia colectiva hoy en día: “rupturas con el modo hegemónico de actuación, trabajos que se basan principalmente en improvisaciones, mínimos recursos técnicos y escenográficos, utilización de espacios no convencionales y horizontalidad en los miembros del grupo” (Argüello Pitt, 2009, p. 3).

Los procedimientos que se abordan colectivamente también se pueden rastrear en el trabajo individual, pero la puesta en común hace que el desarrollo de una trama se vea intervenida por el otro, con lo cual la multiplicidad es un procedimiento básico de construcción. (Argüello Pitt, 2009, p. 4)

Margarita Schultz (s.f.) define el término de la siguiente manera:

Puede denominarse Arte Colaborativo al ejercicio distintivo de creación artística compartida, por Internet. Su principal asunto es la heterogénesis de la realización de las obras [...]. Cuando un sujeto propone un trabajo de índole artística -visual, literario, musical- y otro individuo lo recibe en algún lugar del planeta, si decide actuar lo devuelve a ese espacio -el cyberespacio- modificado, elaborado, intervenido, transformado. Es decir, una imagen (de mayor o menor complejidad), es asumida y trabajada por un otro usuario de la Red, éste la devuelve a su punto

de partida o la instala en su propio sitio o en otro disponible, o combina las situaciones... Esta matriz no es lineal, es de carácter múltiple, ramificada. (para. 15)

Un ejemplo de construcción colaborativa es la conocida Wikipedia (<http://www.wikipedia.org/>), aunque dista mucho de ser considerada una pieza de arte. En ésta, los miembros de su comunidad pueden cambiar libremente la información colocada en las definiciones que provee. En un principio, esto puede parecer poco profesional o dañino para la propagación de información veraz, pero con los años se ha observado que la misma vigilancia de la comunidad evita que, en general, esta caiga en detrimento (Wolchover, 2011; “Wikipedia survives research test”, 2005)

Mencionamos a YouTube de nuevo dado que es otro ejemplo claro de cómo una comunidad hace el contenido de la página, mientras que los creadores y administradores solo proveen el armazón y las normas de uso. Los famosos TED Talks (<http://www.ted.com/>) también se pueden considerar como otro tipo de ejemplo de construcción colaborativa en Internet, ya que, aunque sus videos no se crean directamente en la Web, son piezas audiovisuales destinadas desde su concepción a ser distribuidas en portales. La página principal de TED está compuesta por un collage de fotos de ponencias de personas reconocidas como expertos en diferentes áreas del conocimiento, una tendencia de diseño que se ha popularizado en los últimos años (ver *Anexo I*).

### *El collage*

Una manera de ver el arte colaborativo es asemejándolo a esta técnica, la cual Chilvers (1999/2001) describe en el Diccionario del arte del siglo XX:

Término que se aplica a un tipo de cuadro (y también a la técnica para crear ese tipo de obras), en el que diversos objetos, como fotografías, recortes de noticia y trozos de papel impreso se pegan sobre una superficie plana, combinándolos, a veces, con fragmentos pintados. [...] Durante mucho tiempo se conoció como un pasatiempo popular para niños y aficionados [...], pero a comienzos de los años XX se convirtió en una técnica artística reconocida... (p. 177)

Valles (2008) la describe de la siguiente forma:

El collage es un término y concepto tomado de las artes plásticas y alusivo al pegado de distintos materiales de distinto origen, forma y color en una superficie. Se ha utilizado en teoría de la narrativa para aludir a la técnica consistente en el ensamblaje textual de textos gráficos –e íconos– de variada procedencia, y primordial –aunque no exclusivamente– de otras obras literarias. Es un fenómeno, pues, característico de la anti-novela, que está claramente vinculado a la transdiscursividad y a la transtextualidad así como a las técnicas del montaje y del pastiche, y que se define por yuxtaponer, más o menos ordenadamente, fragmentos, citas y textos de origen literario y extraliterario como medio de construcción fundamental de una nueva obra. (p. 108)

*La hipertextualidad, la hiperficción constructiva y la hiperficción colaborativa*

Susana Pajares Toska define estos tres conceptos en su documento para la Universidad Complutense de Madrid, *Las posibilidades de la narrativa hipertextual*.

Sobre el hipertexto escribe que:

[...] se compone de texto y de unos nexos ("links"), que conectan directamente con otros textos al ser activados, formando una red contextual sin principio ni fin, pues se puede saltar constantemente de unos textos a otros según se van escogiendo nuevas opciones de búsqueda.

[...]

El hipertexto se relaciona con la literatura de muchas formas, empezando por la ruptura de la linealidad y las nuevas formas de escritura y lectura que intentan autores como Joyce o Cortázar mucho antes de que el hipertexto electrónico fuese una realidad, manteniéndose sin embargo en los límites de la página impresa. (Pajares, 1997, para. 3 y 6)

Más adelante explica lo que es hiperficción constructiva:

La hiperficción constructiva o autoría en colaboración funciona como las IRC o "Internet Relay Chat", que son "charlas" por escrito a través de la red, en que varias personas pueden comunicarse a la vez al modo de los radioaficionados

(Moulthrop, sin fecha: 5), pero en vez de hablar del tiempo, escriben entre todos una historia.

El antecedente inmediato de este tipo de experiencia son los juegos de rol, que desde los años 70 ofrecen un tipo de entretenimiento creativo con postulados muy parecidos a la liberación que propugnan los entusiastas del hipertexto.

[...]

La hiperficción constructiva es un ejemplo de autoría compartida cuya intención es más lúdica que estética, a pesar de que al realizarse por escrito permite superar la improvisación y poca elaboración de las intervenciones personales en una partida de rol. Se pierde sin embargo la interacción inmediata y visual de los juegos de rol, que dan mucha importancia a la recuperación de la narrativa oral, pero es posible que con el tiempo se llegue a experimentar con sistemas de video. (Pajares, 1997, para. 22, 23 y 27)

Y sobre la hiperficción colaborativa, escribe lo siguiente:

La hiperficción explorativa tiene un solo autor, pero también permite al lector tomar decisiones sobre sus trayectos de lectura, eligiendo qué nexos establecer en cada momento. Esto exige una actividad constante que de alguna manera aproxima los papeles autor-lector pero no los confunde, pues a pesar de que los nexos se puedan elegir libremente, todos han sido pensados y escritos previamente por un autor, que no pierde el control de la narración como sucedía en la hiperficción constructiva. Aquí el lector no escribe, decide sobre lo ya escrito.

Este tipo de lectura tomando decisiones ha sido comparado muchas veces con los libros del tipo "Elige tu propia aventura" (en España publicados por Timun Mas), también pensados para obligar a sus lectores a tomar decisiones que determinaran el desarrollo de la aventura. (Pajares, 1997, para. 31 y 32)

La *Obra abierta*, de Umberto Eco (1962/1992), toca nociones que se pueden considerar antecedentes teóricos de lo que se podría llamar la hipertextualidad de la creación de arte y entretenimiento en la Internet:

En todos estos casos (y son cuatro entre los muchos posibles) llama la atención de inmediato una macroscópica diferencia entre tales géneros de comunicación musical y aquellos a los que nos tenía acostumbrados la tradición clásica. En términos elementales, esta diferencia puede formularse así: una obra musical clásica, una fuga de Bach, *Aída* o la *Sacre du Printemps*, consistían en un conjunto de realidades sonoras que el autor organizaba de modo definido y concluso, ofreciéndolo al oyente, o bien traducía en signos convencionales aptos para guiar al ejecutante de manera que éste reprodujese sustancialmente la forma imaginada por el compositor. Estas nuevas obras musicales consisten, en cambio, no en un mensaje concluso y definido, no en una forma organizada unívocamente, sino en una posibilidad de varias organizaciones confiadas a la iniciativa del intérprete, y se presentan, por consiguiente, no como obras terminadas que piden ser revividas y comprendidas en una dirección estructural dada, sino como obras "abiertas" que son llevadas a su término por el intérprete en el mismo momento en que las goza estéticamente. (Cursivas en el original) (p. 33)

También es viable considerar que dos de sus exponentes en el área de la narrativa literaria son las novelas de Julio Cortázar, *Rayuela*, publicada por primera vez en 1963, y *62. Modelo para armar*, publicada por primera vez en 1968 (Pajares, 1997; Franco y García, s.f.).

#### 4.1 *El arte en la Web*

La Web se ha utilizado como instrumento para la promoción del arte desde sus inicios. Los museos virtuales, las semblanzas multimedia de personalidades y las revistas digitales de crítica existen desde los años 90. Algunos ejemplos de estos espacios son páginas como Íconos de la ULA: José Manuel Briceño Guerrero (<http://www.saber.ula.ve/iconos/jonuelbrigue/>), Museógrafo (<http://museografo.com/>), Canal Cultura (<http://canalcultura.org/>), Web Gallery of Art (<http://www.wga.hu/>) y Artishock: Revista de arte contemporáneo (<http://www.artishock.cl/>).

Por sus características especiales, la Internet es un espacio idóneo para compartir la creatividad, las ideas y los trabajos de cualquier realizador; pero, además de que es un soporte y una herramienta de distribución para otros medios, hay quienes han propuesto convertirla (o partes de ella) en una pieza de arte en sí misma. Entre estas propuestas existe un concepto muy importante para el objetivo de esta investigación, que germinó en los años 90 gracias a un error de programación y derivó en lo que se conoce como *net art*.

En este contexto nacen nuevas formas de administración de la identidad. Precisamente, de manera especialmente intensa durante los últimos años se ha visto la red como espacio de su redefinición. Concepto relacional por excelencia, se convierte en muchas de las propuestas de net.art no sólo en objeto de reflexión o de crítica (como generalmente sucedía en el arte feminista, por ejemplo, de una década atrás) sino, sobre todo, en una forma de actividad, de producción simbólica. Hacer identidad, ensayar identidad (siempre bajo un cierto matiz de juego, de experimentación accidental y lucrativa) ocupa a muchos de los artistas que operan hoy en la red. Las identidades generadas, por supuesto, son siempre *blandas*, cuerpos de reflexión de lo múltiple y de lo colectivo. (Cursivas en el original) (Prada, s.f., para. 17)

Los artistas contemporáneos Alexei Shulgin y Natalie Bookchin hicieron una guía sobre el concepto de *net art* que inicia de la siguiente forma:

1. Net.art de un vistazo

- A. El modernismo definitivo

1. Definición

- a. net.art es un término que se define a sí mismo, creado por la disfunción de una pieza de software y utilizado originalmente para describir la actividad artística y comunicativa en Internet.

- b. Los net.artistas buscaban quebrar las disciplinas autónomas y las anticuadas clasificaciones impuestas a algunas prácticas artísticas.

2. 0% Compromiso

- a. Manteniendo la independencia de las burocracias institucionales.
- b. Trabajando lejos de la marginalidad, intentando conseguir una audiencia substancial, comunicación, diálogo y diversión.
- c. Iniciando caminos al margen de valores anquilosados provenientes de un sistema teórico e ideológico estructurado.
- d. T.A.Z (temporary autonomous zone) de finales de los 90: Anarquía y espontaneidad

### 3. Práctica sobre Teoría

- a. El ideal utópico de la desaparición del vacío existente entre el arte y la vida cotidiana, ha sido conseguido, quizás por primera vez, y convertido en un hecho para la práctica diaria.
- b. Llevar más allá la crítica institucional: con lo cual un artista/individuo puede equivaler o situarse al mismo nivel que cualquier institución o corporación.
- c. La práctica muerte del autor

### B. Figuras específicas del net.art

1. Formación de comunidades de artistas a lo largo de naciones y disciplinas
2. Inversión sin intereses materiales
3. Colaboración sin consideraciones por la apropiación de ideas
4. Privilegio de comunicación sobre representación
5. Inmediatez
6. Inmaterialidad
7. Temporalidad
8. Acción basada en un proceso
9. Actuación sin preocupación o miedo ante las posibles consecuencias históricas

## 10. Parasitismo como estrategia

a. Movimiento desde los campos primarios de alimentación de la red

b. Expansión hacia infraestructuras conectadas en la vida real

## 11. Desvaneciendo fronteras entre lo público y lo privado

## 12. Todos en Uno:

a. Internet como medio para la producción, publicación, distribución, promoción, diálogo, consumo y crítica

b. Desintegración y mutación entre las figuras de artista, curador, escritor, audiencia, galería, teórico, coleccionista de arte y museo

(1999, para. 1)

Actualmente existen galerías virtuales y comunidades abiertas dedicadas a la promoción y la discusión del *net art* como, por ejemplo, la página netartnet (<http://netartnet.net/>). Algunos nombres reconocidos de esta área de la creación son el colectivo Jodi (Joan Heemskerk y Dirk Paesmans) –el cual se dedica, entre otras cosas, a desarmar y reconstruir juegos de videos de forma tal que sean confusos para la intuición del usuario–, Olia Lialina, Heath Bunting, Vuk Ćosić, Petra Cortright, Rolling Leonard, Eve y France Mattes, y Yung Jake, entre otros.

Nombramos pocos ejemplos de páginas definidas bajo este género de creación:

- The most beautiful webpage (<http://art.teleportacia.org/exhibition/stellastar/>),
- Moon (<http://www.moonmoonmoonmoon.com/#sphere>),
- degenerativa (<http://www.motorhueso.net/degenerativa/>),
- Y, de especial atención, “la primera oración colaborativa del mundo”, o The World's First Collaborative Sentence, de Douglas Davies (<http://artport.whitney.org/collection/DouglasDavis/live/Sentence/sentence1.html>)

Sin embargo, es posible que la propuesta social más ambiciosa y compleja del *net.art* no parta de una intención de crítica o de denuncia explícita sino de la creencia en que es posible solucionar los problemas de la sociedad a través de una comunicación pública diferente. Se trataría de promover una vía en la que la

experiencia estética pudiera convertirse en un modelo de conducta comunicativa. Conseguir que la comunicación sea algo más que un mero efecto. Apreciar las posibilidades de la ingente liberación de la comunicación tanto a nivel técnico como político de cara a abrir camino a una efectiva experiencia de la individualidad como multiplicidad. Entendida ésta como una equivalencia entre subjetividad y colectividad sólo podría manifestarse en práctica de acompañamiento y diálogo, principio fundacional de muchas de las más interesantes propuestas de net.art y, por supuesto, de las famosas y ya legendarias comunidades virtuales de artistas. (Prada, s.f., para. 30)

Aunque no se pretende que Whatö Digital sea exactamente una pieza de *net art*, muchos de sus propósitos están ejemplificados en las invenciones, transgresiones e innovaciones exhibidas por este grupo de artistas.

#### 4.2 *En Latinoamérica y Venezuela: proyectos independientes y otros hallazgos*

Una anécdota interesante de la historia de la telenovela venezolana ocurrió en los años 70, mientras se transmitía la popular obra de José Ignacio Cabrujas, *La señora de Cárdenas*. Esta producción se considera como una de las mejores exponentes del género, pues rompió con muchas fórmulas establecidas del mismo al hacer, entre otras cosas, que los dos protagonistas no quedaran como pareja al final, y que ella terminara como una mujer divorciada, independiente y feliz. La transmisión tuvo mucha resonancia en el público, y esto se evidenció en el hecho de que muchos grupos de mujeres y hombres televidentes, por cuenta propia, se acercaban al canal, al escritor y a los actores para pedirles favores con respecto al camino que debía tomar la ficción (Blanco, s.f.).

En cuanto a la utilización del espacio virtual como medio principal para hacer arte, existen ejemplos como Gustavo Romano, un argentino que, según su *website* (<http://gustavoromano.org/>), “se desenvuelve en diversos medios y prácticas como el arte de acción, el net art, el vídeo, la instalación y la fotografía” (“Curriculum”, 2011, para. 1). En su portal se pueden ver muestras de los trabajos e intervenciones que hace alrededor del mundo, como el *IP Poetry*, un dispositivo para la “generación de poesía a partir de la búsqueda en tiempo real de material textual en la web” (“The IP Poetry Project”, 2012, para. 1); el *Azul cielo y*

*blanca*, “composición en base a la imagen de una webcam apuntando durante las 24 horas al cielo argentino y una franja de píxeles blancos que la atraviesa” (“Azul cielo y blanca”, 2007, para. 1); o el *Lightning Piece*, instalado en el año 2000, que es un “video loop [en el que se] muestra la imagen de un fósforo que arde indefinidamente sin llegar nunca a consumirse” (“Lightning Piece”, 2000, para. 1).

A partir de la creación de dispositivos performáticos, Romano realiza acciones y situaciones participativas, experimentando así mismo con sus modos de documentación - vídeo, fotografía, publicaciones gráficas, net art -. Desviando de su función habitual objetos de uso diario o mecanismos tecnológicos, reflexiona sobre la rutina y el rol del sujeto en la sociedad de control fortalecida por las nuevas tecnologías de la información. (gustavoromano.org, s.f., para. 1)

Romano ha desarrollado proyectos como Time Notes (<http://www.timenoteshouse.org/>), que “propone una reflexión sobre el sistema de intercambio social y los preconceptos acerca del valor del dinero y del tiempo, la creciente virtualización de la economía, o la incertidumbre de ser o no dueños de nuestro propio tiempo de vida” (“Time Notes”, s.f., para. 1); y PSYCHOECONOMY (<http://www.psychoeconomy.org/>), “una plataforma de discusión e investigación artística que propone un enfoque alternativo sobre diversos temas de interés global, aprovechando las particularidades del espacio de reflexión y difusión que genera el campo del arte” (“Acerca de”, s.f., para. 1). En la página web del proyecto se explica que este “propone revisar las formas de participación ciudadana a escala global, en la resolución de conflictos en los que los ciudadanos mayoritariamente quedan excluidos de la toma de decisiones pero de los cuales padecen sus consecuencias” (“Acerca de”, s.f., para. 2); y lo intenta hacer, entre otras cosas, por medio de los Corporate Summits, “que consisten en reuniones anuales de foros constituido por entidades creadas por artistas (por ejemplo, bancos, empresas de tecnología, e incluso micro naciones)” (“Acerca de”, s.f., para. 1).

En el año 1995, Romano fundó un portal que él identifica como el “primer espacio virtual dedicado al net art en Latinoamérica”. Se llama *Fin del Mundo, arte actual desde Argentina* (<http://www.findelmundo.com.ar/>), y entre sus directores también están Belén Gaché, Jorge Haro y Carlos Trilnick. En la portada del sitio se puede leer esta explicación:

Pionero en la Argentina en abordar las relaciones entre Arte e Internet y producir obras de Net.art, Fin del mundo se caracteriza por el hecho de que sus integrantes, artistas de activa producción dentro de sus diferentes disciplinas (artes visuales, literatura, música), utilizan este espacio virtual experimentando en los márgenes de sus propios campos artísticos.

Mientras que la luz de un faro simboliza para el navegante un punto de orientación, Fin del mundo, en cambio, es un lugar al margen de todo centro, cuyo faro sólo puede conducir al extravío. Titula en el espacio liso de la red desarticulando y sustituyendo las tradicionales nociones de linealidad del lenguaje, centro y jerarquía. Rizomático y antigenealógico, Fin del mundo constituye una amenaza a la idea de género en el terreno de las diferentes disciplinas artísticas. (“Fin del mundo: arte actual desde Argentina”, s.f., para. 1 y 2)

## V. WHATÖ DIGITAL, UNA PROPUESTA

Durante la primera fase de ideación de este proyecto, mientras se buscaban posibilidades que apuntaran a una manera original y fresca de hacer y transmitir cine, surgió la pregunta: ¿qué haría Georges Méliès si viviera hoy en día? Se podría decir que ese fue el momento en el que se visualizó realmente el proyecto, pero como esta idea derivó en la conceptualización de las micro producciones cinematográficas para el portal web, se volverá a hablar de ella más adelante.

Como hemos repasado en los capítulos anteriores, creemos que una idea como Whatö Digital no surge de la nada, ni de la cabeza de una sola persona; al contrario, respaldamos la noción de que cualquier invento con potencial solo puede surgir del conglomerado de influencias dentro del marco cultural y tecnológico que tiene el individuo o el grupo realizador desde que comienza su desarrollo, así que al puntualizar el inicio y la formación teórica de este proyecto debemos advertir sobre la relativa ambigüedad que existe en la descripción del proceso.

La primera vez que se cristalizó el concepto de una plataforma de micro películas fue durante los meses en los que se promocionaba la película *The Tree of Life* (2011), de Terrence Malick, dado que su página web oficial tiene un diseño bastante cinematográfico (<http://www.twowaysthroughlife.com/>), cuya función es permitir que el usuario vea varios mini clips de pocos segundos de la película nominada al Óscar. Esa experiencia envolvente llevó al realizador de este trabajo a pensar en un espacio alternativo a YouTube y páginas similares, en el que se pudiera colocar muestras de los trabajos de un realizador para promocionarse de una manera interesante y entretenida.

En un principio se manejó la idea de formular una nueva manera de autopromoción individual para profesionales de las artes audiovisuales, que se llegó a convertir en la posibilidad de crear un modelo de museo personal virtual, y luego en la de fundar una productora audiovisual que haría su publicidad por medio de uno de sus productos: un viaje cinematográfico interactivo que contuviese varias micro muestras de lo que la empresa podría hacer con pocos recursos económicos. Siempre se mantuvo la idea de que, si se iba a trabajar con la noción del potencial de las herramientas digitales, un punto clave debía ser el cómo éstas han facilitado al ciudadano común hacerse un espacio entre los que se dedican al entretenimiento y a las artes.

De la idea de la productora es que surgió el nombre del portal. Una de las mayores influencias del realizador durante estos meses era una agencia estadounidense, Digital Kitchen (<http://thisisdsk.com/>) que se dedica, entre otras cosas, a producir micro piezas audiovisuales al estilo de videoartes, para diferentes propósitos. En su *reel* se pueden ver las presentaciones de series de televisión como *Six Feet Under* (2001), *True Blood* (2008) y *Dexter* (2006). La palabra *whatö* es el término que los indígenas yekuana utilizaban para “cocina”, y dado que en ese entonces ya se tenía la idea de crear un hilo temático para todo el material audiovisual (partes de una sola pieza), se unieron las dos palabras para dar un indicio de a lo que apuntaba el proyecto.

Mientras se evaluaban, desarrollaban y ensamblaban todos estos fines en una sola propuesta que tuviera sentido práctico, la referencia del instrumento Google Street View (<https://www.google.com/maps/views/>) fue determinante para darle una base al concepto del viaje. La experiencia web podría ser una travesía sensorial por diferentes calles de Caracas, transformadas digitalmente para que parecieran ser de una ciudad paralela, alternativa, mágica, que se observara como familiar y alienígena a la misma vez.

### 5.1 *Cine interactivo. El usuario es el héroe*

A pesar de las diferentes ideas, los cambios, las transformaciones de algunos objetivos y el descarte de otros, siempre se mantuvo la meta de hacer una película que aprovechara los usos de la Internet, y no solo una página web con un tema cinematográfico. Incluso cuando se trataba la idea de crear una plataforma para la autopromoción, la innovación radicaba en que esta se haría gracias a una pieza cinematográfica completa, que pudiera acoplar a otras películas en ella misma, y que tuviera el agregado de la interactividad.

Esta interactividad, en los primeros meses, se inspiró en los ejemplos literarios de las novelas *Rayuela* y *62. Modelo para armar*, de Julio Cortázar, y en la serie de “libros juego” infantiles *Elige tu propia aventura*. De aquí nació la propuesta de “el usuario es el héroe”, basada en la tradición homérica de la narrativa occidental del viaje del héroe (Campbell, 2004; Vogler, 2002), aunque en poco tiempo se hizo evidente que iba a ser muy complicado lograr que el usuario fuera el protagonista de la película interactiva, sobre todo cuando ya se gestaba la intención de hacer la pieza colaborativa. Se decidió entonces mantener la noción del viaje del

usuario, pero como un personaje secundario, que experimentara la plataforma como observador, capaz de ver más no influenciar directamente en las acciones de las piezas audiovisuales

En resumen, Whatö Digital, más que una plataforma para ver cine, se concibió y diseñó como una producción cinematográfica en sí misma, en la cual el espectador decide el curso a seguir.

## 5.2 El diseño en el papel

Aunque en este trabajo siempre se tuvo en primer plano la idea de que el resultado debía utilizar los preceptos del arte cinematográfico como base, tampoco se quiso descartar arbitrariamente las buenas prácticas de usuario, y se tomó la decisión de aplicarlas, siempre y cuando no interfirieran con el objetivo de hacer una experiencia envolvente que rompiera lo menos posible con la percepción de que se estaba inmerso en una película.

Generalmente, para el diseño web y de interfaces se siguen algunas recomendaciones estandarizadas. Los videos y podcasts del portal latinoamericano Mejorando.la (<https://mejorando.la/>) fueron una referencia invaluable durante gran parte del proceso de ideación del proyecto. Las consultas con los dos diseñadores web que hicieron la programación de la página, más las recomendaciones de un tercer diseñador, Javier López, conocido del realizador, también fijaron algunas de las características referentes a la ubicación de íconos, el movimiento del *scroll* y otros puntos.

Según la empresa venezolana de diseño digital, SmartApps (<http://smartappsla.com/>), las directrices que definen un buen diseño web de acuerdo a un enfoque corporativo son:

1. **Diseño limpio y claro:** se ha demostrado que menos es más, por lo tanto se logra mayor impacto en el usuario con diseños limpios y depurados que captan la atención y atraen más usuarios.
2. **Navegación sencilla:** este aspecto parece obvio pero muchos sitios lo ignoran, es vital poder navegar por el site de una manera sencilla e intuitiva, con un entendimiento lógico y claro de las secciones que se visitan.
3. **Identidad corporativa:** un website es la cara visible de una empresa en internet y debe reflejar la identidad de la misma en el diseño, esto se logra

asociando aspectos como el color, la tipografía, las imágenes, entre otros, a la estética de la página.

4. **Contenido corporativo:** un buen diseño web debe suministrar la información de carácter corporativo que pueda ser de interés para el usuario, respondiendo a preguntas básicas como: ¿Quiénes somos? ¿A qué nos dedicamos? ¿Qué ofrecemos?
5. **Contacto:** toda página web debe establecer mecanismos de contacto dentro del site para la interacción y feedback con el usuario, tales como: sección de contactos (que incluya dirección, teléfonos, correo), redes sociales y formulario de contacto. También es útil incluir un mapa.
6. **Buena comunicación visual:** vale decir que la forma es tan importante como la función; el aspecto visual tiene tanta relevancia como el contenido. Por lo tanto debe haber una correcta ubicación de los elementos (diagramación), una buena visibilidad según su importancia (jerarquía), y una óptima calidad según su tamaño (resolución). Por otro lado las imágenes y fotografías deben hablar por sí solas, ser atractivas y generar impacto.
7. **Contenido relevante:** el contenido es el alma del sitio, los usuarios se quedarán si este es bueno y cubre sus expectativas. Debe ser bien pensado, sintetizado y organizado aparte de presentarse con un lenguaje claro, directo y preciso. El contenido se jerarquiza en base a su relevancia y se organiza según el tipo de información.
8. **Redes sociales:** aunque se incluyen como una forma más de contacto, hoy es indispensable colocarlos en toda web, ya que de esta manera conseguimos redireccionar las visitas que entran por la página hacia nuestras redes sociales de manera de aumentar seguidores y establecer así formas alternativas de contacto donde el feedback es mucho más directo e inmediato.
9. **Diseño adaptable:** actualmente más de la mitad de la población accede a la web por medio de dispositivos móviles bien sean smartphones o tablets, por lo cual se hace necesario que todas las páginas web sean “responsive” o adaptables. Esto facilitará la visualización de nuestra página en diferentes

formatos, adaptándose el contenido y diseño web a cada pantalla según el dispositivo.

10. **Posicionamiento SEO:** un buen diseño web debe complementarse con una óptima estrategia de posicionamiento con el fin de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de los diferentes buscadores. Existen algunas estrategias que ayudan, como tener un blog dentro de nuestro sitio, y el uso del lenguaje HTML5 con sus etiquetas que reconocen los buscadores. (Negritas en el original). (Palacios, 2014, para. 2)

Para imaginar la experiencia de principio a fin, se buscaron ejemplos de páginas galardonadas en términos estéticos y de usabilidad. La página Awwwards (<http://www.awwwards.com/>), que evalúa los diseños de varios portales web alrededor del mundo, fue una excelente herramienta que llevó a explorar referencias modernas que tienen contenido cinematográfico o relacionado a algún producto audiovisual, como American Blackout (<http://www.survivetheblackout.com/>), Life According to Sam (<http://lifeaccordingtosam.com/>), el video musical interactivo This Shell (<http://www.thisshell.com/>) y el portafolio personal Rebecca Barry, Director (<http://www.rebeccabarry.com.au/>)

Con respecto al concepto del viaje, se definió que lo mejor sería tener una suerte de mapa que fuera audiovisualmente atractivo, desde el cual uno podría saltar a las vistas de ojo humano en muchas calles distribuidas por toda la ciudad. Parado virtualmente en estas calles es que el usuario podría hacerles *click* a varios objetos (un perro, un árbol, un taxi estacionado, una antena, etcétera) que abrirían pequeñas ventanas con micro clips relativos al mismo. En este estado se fijó que no podía haber un clip en Whatö que no tuviera un elemento mágico, para establecer la característica distintiva de la plataforma, y también se decidió que los mismos no debían sobrepasar los dos minutos de duración, para que el viaje fuese dinámico y adaptado a la tendencia de consumo de producciones cortas en la Web (Sheldon, 2012; Wilson, 2013; Peck, 2014), que se evidenció más en los últimos años con la popularidad de aplicaciones como Instagram, los Vines y los Cinemagraphs.

El mapa, o el lugar de partida de la plataforma, se transformó en una imagen panorámica de toda Caracas, desde la que uno iluminaría con colores las diferentes calles al pasarles el *mouse* por encima, y esto sería el indicio de que se les podía hacer *click*.

La vista de Caracas completa se imaginó originalmente como una vuelta de 360 grados desde un punto céntrico, con un *scroll* invisible para navegarla; pero después de investigar varios lugares altos en El Junquito, las Torres de Parque Central, las antenas de El Volcán y las antenas de telecomunicaciones en Colinas de Bello Monte (en donde, incluso, se subió la segunda torre más alta y se tomaron algunas fotos de prueba), no se consiguió un buen lugar desde el que se pudiera crear ese efecto de manera que abarcara satisfactoriamente las regiones de la ciudad necesarias. Por ello, se tomó la decisión de hacer una vista panorámica mirando hacia el sur, desde la montaña El Ávila.

Las fotos desde el Volcán se transformaron en la vista de una región que abarcaba partes de dos municipios, y con ese insumo surgió la idea de darle un nivel intermedio al viaje: las vistas panorámicas que están más cercanas a las calles, como la vista de Baruta que se presenta en esta muestra. A raíz de este cambio también se implantó la idea de que, si la experiencia completa se estaba concibiendo como una sola película, entonces los clips o *microcortos* debían ocupar la pantalla completa con las mismas proporciones que las imágenes que se explorarían antes de llegar a ellos.

Al principio se rechazó la utilización de íconos en el portal, pues se quería que todas las pistas para la navegación estuviesen en las mismas imágenes; pero al pasar el tiempo, y tomando en cuenta la evolución de la tecnología Web para dispositivos móviles, se vio la necesidad de hacer algunos cambios en el diseño. La idea de las regiones iluminadas por colores se descartó por la de la creación del ícono de un ojo –inspirado en los petroglifos precolombinos que se han conseguido en varias regiones de Venezuela (ver *Anexo 2*) –, que sirviera para ponerlo sobre las diferentes zonas o calles e indicar que se les podía hacer *click*. Este ícono se convirtió, más adelante, en una parte importante de la identidad visual de Whatö Digital, y a raíz de él se diseñaron otros íconos de la plataforma que explicaremos en el siguiente capítulo.

## 5.2.1 Ideas y bocetos

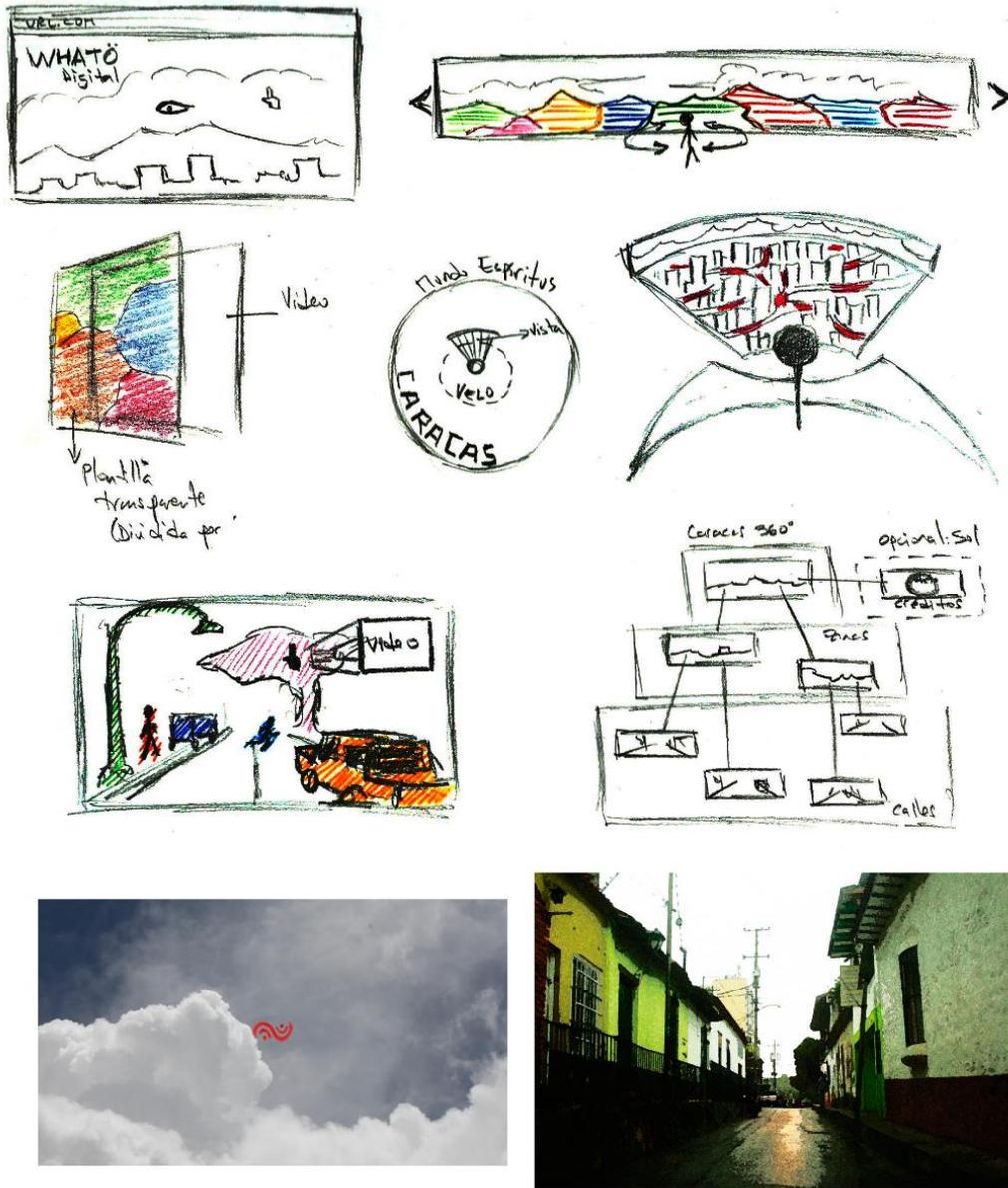


Figura 1. Bocetos del portal

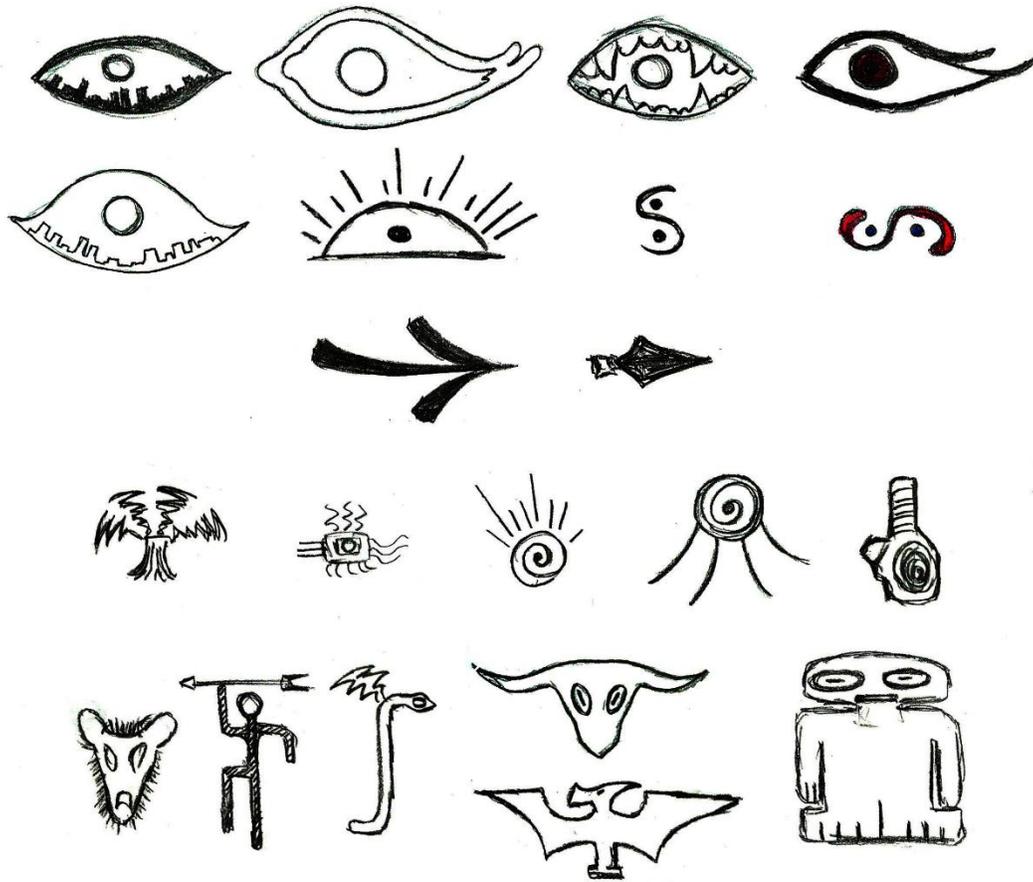


Figura 2. Bocetos de íconos

### 5.3 Una experiencia de cine colaborativo

La pieza audiovisual más antigua de Whatö Digital no se hizo originalmente para ser colocada en el portal. Su inclusión vino de una situación fortuita, cuando el realizador de la página fue a visitar a unos familiares un fin de semana, mientras tenía las primeras ideas del proyecto dándole vueltas en la cabeza. Allí se consiguió con dos primas, menores de edad para ese entonces y sin formación en cine, que estaban muy entusiasmadas con una película en *stop motion* que querían hacer solo porque les provocaba. Ambas le pidieron ayuda al realizador del portal, y de las propuestas de tramas, más la evaluación de las capacidades y experiencias, los recursos económicos y otras condiciones iniciales, surgió la pregunta (en tono jocoso): ¿qué haría Georges Méliès si no tuviera dinero, pero pudiera pedir prestado Photoshop y After Effects, acceder a un YouTube y usar la tecnología de grabación digital de hoy en día? Con esta idea en mente, el pequeño equipo de tres personas pidió prestados algunos programas de edición y

realizó un videoarte bastante abstracto sobre unos duendes, que trata de simular lo que una persona experimenta cuando está soñando.

Un tiempo después, cuando ya existían dos cortometrajes destinados al portal, esta vivencia resurgió en varias conversaciones y poco a poco derivó en el entusiasmo por establecer un espacio que motivara a la gente a crear piezas audiovisuales con criterio artístico y un acabado atractivo, utilizando los obstáculos que se le presentaran como oportunidades para explorar soluciones y propuestas creativas. Dado que los dos cortometrajes realizados habían nacido también de experimentaciones con bajos recursos, se comenzó a desarrollar la idea de convertir el portal en una plataforma colaborativa, una vez que contuviese suficiente material de muestra para poder explicarse mejor a sí misma.

El concepto del *net art*, que se había explorado con anterioridad para justificar la propuesta cinematográfica, tomó más fuerza en el enfoque de la investigación, y se hicieron varias averiguaciones sobre proyectos similares de cine colaborativo, arte de construcción colectiva y la técnica del collage.

Es importante resaltar que en cuanto al objetivo de generación de ingresos, o el caudal de beneficios que se espera obtener de la producción audiovisual –como se vio en su definición del segundo capítulo–, en este proyecto está esbozado en un plan de auto sustentación en el tiempo, como un aspecto para abordar a futuro; más, la intención principal de Whatö Digital no es la de hacer un negocio con la plataforma en sí, ni con las piezas audiovisuales. En este sentido, se desarrollará un plan de generación de ingresos basado en el de una organización sin fines de lucro, que produzca la suficiente holgura económica para que el portal pueda mantenerse estable, crecer y seguir aportando un servicio de calidad. Como es el caso de un servicio web, lo preferible es que esta generación de ingresos provenga de aportes de instituciones culturales y de colaboraciones voluntarias personales; pero se espera que nunca se le pida una afiliación pagada a los realizadores que quieran construir y unirse a la comunidad Whatö.

#### *5.4 La ficción. Una mitología inventada*

A pesar de la redundancia inherente en el título de este subcapítulo, con “mitología inventada” nos referimos a la distinción que hacemos entre una creación forjada por cientos de

años de vivencias, cambios y creencias de una cultura, y la invención de una sola persona con intenciones artísticas, en un período de unos pocos años.

La propuesta de una mitología animista viene de una serie de influencias que ya se habían asentado en la cabeza del realizador, dado que su primera idea de proyecto de investigación fue un ensayo fotográfico sobre la figura del chamán como el líder que concentraba el poder social, religioso y a veces político en las sociedades de la Edad de Piedra, representadas hoy en día por las tribus pemones sobrevivientes del Amazonas. Cuando ese proyecto no se pudo llevar a cabo por dificultades logísticas es que comenzó el tren de pensamientos que arribó a Whatö Digital.

Como esta exploración virtual está planteada bajo la premisa de que es una experiencia cinematográfica continua, y dado que, como vimos en el Capítulo II, para la creación de cualquier pieza audiovisual el punto de partida por preferencia debe ser la idea descrita o narrada en texto, se decidió aprovechar el material recopilado para el proyecto cancelado y con este definir una serie de parámetros o primeros cánones que enmarcaran la obra interactiva en una ficción coherente consigo misma.

Como marco de referencia para esta fase se utilizó el trabajo del escritor J. R. R. Tolkien –aunque aclaramos que salvamos las distancias entre el nivel de profundidad alcanzado por el erudito, y los primeros trazos que se hicieron para este trabajo– (Chance, 2001). Más específicamente, se trabajó con una copia de *El Silmarillion* a la mano, que sirvió como guía de organización y desarrollo de una mitología falsa.

### *El animismo*

Termino que se aplica al conjunto de creencias que afirman que todo ser natural está vivificado por un espíritu o alma. Las teorías animistas están muy difundidas entre las civilizaciones de América, África y Oceanía, supervivencia de las religiones primitivas. (“Enciclopedia Salvat Diccionario”, 1976)

[...] se conoce con este nombre la teoría formulada por el antropólogo inglés Edward B. Tylor en su obra *Primitive Culture* (1871, *Cultura primitiva*). Según esta teoría, el animismo constituye la primera gran etapa de la evolución del pensamiento religioso [...] El origen de la noción de alma se halla, según Tylor,

en las experiencias del adormecimiento, la enfermedad, la muerte y, sobre todo, en los sueños, que llevan a pensar en la existencia de un doble etéreo del cuerpo.

[...]

Posteriormente, por analogía con los seres humanos, se llega a considerar dotados de alma a plantas y animales. Desde el momento en que, dando un paso más, se alcanza la concepción de espíritus independientes, que pueden encarnarse en los más diversos objetos, aparece el fetichismo y, tras él, el culto a la naturaleza, es decir, a ríos, árboles, fenómenos atmosféricos... (“Enciclopedia Hispánica”, 1993)

### *El “guion”*

Como hemos visto, ya muchas partes de la ficción existían desde las primeras concepciones del diseño. A continuación, presentamos el canon referencial que se constituyó con base a estas para ser transmitido a los futuros miembros de la comunidad Whatö.

### *El dios Sol y la tercera creación*

El ser supremo es el Sol, de donde emanó originariamente toda la vida, la consciencia y la materia. Este es un ente bondadoso para los habitantes del cielo, pero neutral para los pobladores de la Tierra, a quienes se limita a observar a lo largo de sus vidas para evaluar si son dignos de subir a vivir con él por encima de las nubes. Su casa en el cielo, invisible para cualquier ser vivo, incluso con la *vista del chamán*, está poblada por entes de toda índole que han probado su valía de alguna u otra forma y se les ha permitido ascender antes de morir en su plano de existencia, y vivir eternamente.

Se dice que el Sol creó a los primeros seres con consciencia porque se sentía solo y necesitaba gobernar, pero al poner su esencia en estos entes, su poder se iba diluyendo cada vez más. De las primeras generaciones nacieron los árboles, quienes flotaban libremente por el cielo sin nubes y eran de los más queridos por el Sol. A medida que la esencia del ente supremo se iba regando entre sus creaciones, algunos comenzaron a escapar de su control y empezaron a tomar decisiones por su cuenta. De estos, hubo los que quisieron aprovecharse de la pérdida de poder del Sol y trataron de imponerse sobre él, pero sin éxito. La Luna, creada a semejanza del Sol, se

convirtió en una de sus protectoras más acérrimas, aunque también desarrolló autonomía de acción y consciencia.

El Sol decidió no seguir creando más vida por su cuenta, y le imbuyó esta capacidad a algunos cuantos seres antiguos, como los árboles, y a otros que hizo nacer solo para ese motivo: los seres humanos, dotados de inventiva y de variedad entre sus números para que la vida pudiese seguir adoptando nuevas formas.

Para evitar el caos que generaba la convivencia de tantos seres, tan distintos, en un mismo lugar, su casa, el Sol necesitó de tres intentos para forjar un espacio separado en el que pudiese encapsular a todos los planos de existencia menos el suyo, y en ellos ubicar a sus diferentes creaciones por grupos. Para ello requirió de la ayuda de los *elementales*, entes de la primera generación, leales y poderosos, que trabajando en conjunto pueden hacer que exista materia nueva.

Desde entonces el Sol gobierna en su casa y observa a los seres de otros planos; y solo deja entrar a su hogar a los que prueban que tienen ciertas cualidades que nadie más que él conoce a ciencia cierta.

Existe la creencia de que también ha habido un ente desde el principio de los tiempos, similar al Sol e igual de poderoso, que tiene intenciones indescifrables y que siempre se ha mantenido oculto a las creaciones del dios. Si de verdad existe, lo único cierto sobre este ser es que, hasta ahora, nadie nacido del Sol lo ha observado.

### *Los pobladores del mundo*

En el plano en el que ubicó a los humanos, el Sol puso algunas familias de árboles como centinelas y protectores, junto a las flores y otros seres similares para acompañarlos. También ubicó animales, algunos humanoides y una que otra bestia única en este lugar, puesto que fueron ellos antecedentes de los humanos, y son los que más se parecen a estos.

Se cree que los seres a los que no se les permite ascender a la casa del Sol, una vez que mueren, sencillamente dejan de existir y su consciencia se desvanece; aunque hay quienes aseguran la presencia de otro plano de existencia, que funciona como un espejo a la casa del Sol, y en el que algunos entes rechazados por el dios han ido a parar después de su muerte.

### *La vista del chamán*

Para que pudieran guiar al resto de la humanidad, algunos árboles tienen el poder de atribuirle una vista más amplia y profunda a un ser humano especial de cada generación. Con esta visión, el humano elegido puede observar los cruces de frontera entre diferentes planos de existencia, y a los seres que viven en ellos o que son capaces de saltar de uno a otro.

Mientras se está en este trance de claridad, los estímulos sensoriales del mundo al que estamos acostumbrados se distorsionan; las luces y los sonidos permutan constantemente y los tiempos saltan, se aceleran o se congelan sin un patrón definido. Según cuentan algunos herederos de antiguos chamanes, de esa forma el mundo natural se parece más a cómo era en sus primeros días.

Se dice que sobre el cielo de Caracas hay una fuente errática de esta cualidad, puesta ahí por el alma encolerizada de un árbol talado, y que cuando un ser humano cualquiera se acerca a ella, puede hacer uso de la *vista del chamán* por un tiempo determinado. Con este poder, la persona es capaz de ver a través del velo que protege a los sentidos de los humanos, y presenciar cuantas veces quiera varios momentos aislados de un solo día de Caracas que está congelado en el tiempo.

### *Caracas*

Por sus condiciones geográficas, geológicas y de flujo de energías, el valle de Caracas es un *punto caliente* de convergencia de planos de existencia. Incluso, unos cuantos de los más herméticos a veces abren ventanas y fronteras en algún rincón de la ciudad. Por eso la presencia de árboles en esta región es particularmente acentuada. Aunque la humanidad no lo sepa, este remolino de contactos entre varios planos influye fuertemente en los estados de ánimo, los pensamientos y las vidas de los pobladores de la ciudad.

### *Espíritus*

A los que llamamos espíritus o ánimas son seres que viven en un plano de existencia muy cercano al nuestro; tanto, que físicamente es casi idéntico, y la mayoría de sus residentes se sienten constantemente atraídos a objetos, animales y personas de nuestro mundo, para habitar en el espacio del plano paralelo que ocuparían si existieran allá. Esta sincronización permite un

intercambio psíquico constante entre espíritu y objeto o ser ocupado, lo que hace que, con el tiempo, cada uno vaya absorbiendo cualidades de la esencia del otro.

Muchos espíritus admiran a los humanos por su capacidad de inventar cosas y reproducirse, y por eso adoptan formas similares a estos en apariencia.

### *Demonios*

Estos seres habitan en el mismo plano que el de los espíritus, y son capaces de ocupar el espacio de un objeto, animal o persona de la misma forma en la que lo hacen aquellos. Algunos creen que los demonios, de hecho, son espíritus transformados por la locura que les causa vivir sin un hospedero por muchos milenios.

### *Humanoides*

Hombres bestia, duendes, arpías, hadas, gente sombra, y varios entes observados y reconocidos por otras creencias.

Algunos humanoides viven ocultos en este mundo; otros se vislumbran a veces a través de aperturas a otros planos. Se cree que los humanoides, al igual que los animales, son prototipos de los primeros humanos que el Sol fue creando y perfeccionando hasta concebir una forma que lo satisficiera –aunque también se sospecha que el dios paró cuando no se podía dar el lujo de seguir diluyendo su esencia–.

A pesar de que esa es la teoría más popular, hay indicios de que la razón de existir de los miles de tipos de humanoides va más lejos que la de haber sido unas simples pruebas.

### *Insectos*

Seres misteriosos que habitan en un plano de existencia relativamente distante al nuestro. Se ha observado que solo se abren ventanas entre su mundo y el nuestro cuando ocurre la muerte de un humano o cuando hay una conglomeración de personas que supera los cientos. No se sabe qué es lo que ocasiona este fenómeno, ni porqué se parecen tanto físicamente a los insectos que abundan en nuestro plano.

### *Elementales*

La mayoría de los elementales viven en la casa del Sol; a veces, desprenden partes de su esencia que envían a la Tierra para cumplir con una labor necesaria para la continua evolución de los mundos, y para que experimenten y transmitan las sensaciones que proveen estos planos, adoptando formas que les permiten sentirlos. Pueden parecer humanos, animales o bestias que jamás se han visto antes.

Algunos conocedores dicen que los avatares pueden procrear con los seres humanos, aunque no saben con seguridad si lo hacen por placer o por mandato.

### *Las Hermanas*

A pesar de que parecen humanas, estos entes no pueden ser considerados ni espíritus ni humanoides por dos cualidades muy peculiares: solo existen tres de ellas, que son idénticas entre sí, y tienen la habilidad de renacer cuando son asesinadas; algo que no se ha observado que otro ser viviente sea capaz de hacer en los mundos que no son la casa del Sol. Las Hermanas viven en el plano de los humanos y pueden interactuar perfectamente con ellos. Cuando mueren, se desvanecen y se transforman en agua. En esta forma, se mueven por el mundo cumpliendo su ciclo natural hasta que entran en contacto con tierra o barro, desde donde pueden nacer otra vez con su forma humana.

### *Seres desconocidos*

No se sabe cuántos seres creó el dios Sol desde que hizo nacer al primero hasta que decidió parar, y todos los años los enterados en el tema descubren nuevas formas de vida que no habían sido observadas antes. Por otro lado, de ser cierto que el dios Sol siempre ha tenido una contraparte oculta, se puede asumir que este ente es capaz de crear sus propias formas de vida.

## VI. WHATÖ DIGITAL, UN PORTAL

Una vez que se definieron claramente las primeras normas de la guía textual que regirá al mundo de Whatö Digital, se pasó a la creación de una muestra piloto del portal con la expectativa de que el proceso luego se aplique a la versión final, que abarcará toda la ciudad. En este proyecto, las próximas fases descritas fueron equivalentes a las etapas de preproducción, producción y post producción de la realización cinematográfica.

La versión final de Whatö Digital, como está definida en papel –y una vez que se consiga el soporte para ello–, podrá tener hasta 2250 *microcortos*, con un máximo de 5 por calle, un límite de 30 calles por zona, y un total de 15 divisiones en zonas, distribuidas por toda Caracas.

Al principio se pretendía usar una calle de ejemplo por cada región de la ciudad, utilizando como guía la división política de alcaldías de la misma; aunque nunca se ha querido que sea estrictamente igual a ésta. Una vez que se decidió darle un segundo nivel al viaje fue más fácil delimitar un solo espacio para ser explorado en la muestra. Dado que ya se había seleccionado varias fotos de calles en las zonas de Baruta, El Hatillo y parte de Chacao, que se pueden ver desde El Volcán, se determinó que la región a explorar debía ser la frontera entre estos dos primeros municipios.

Para este momento el realizador ya había tomado 230 fotos de prueba de muchas calles en toda la ciudad de Caracas, pero las más trabajadas y cercanas al producto final eran las del municipio Baruta.

Desde la primera formulación del proyecto se había delimitado que la muestra de *microcortos* sería de 12 piezas, y luego se modificó a 10, dadas las dificultades de producción que se presentaron en dos de ellos, considerando el tiempo límite que se fijó para hacer la entrega.

Para que la distribución de los *microcortos* en las páginas del portal mostrara que puede haber más de uno de estos en cada calle, se eligieron cinco fotos del municipio Baruta que muestran la diversidad de estructuras, colores, niveles de calidad de vida y contradicciones que existen en la ciudad, a pesar de la cercanía que puede haber entre muchos de sus espacios.

## 6.1 Programación y desarrollo

Desde este momento inició una parte de la fase de producción, si mantenemos la analogía con la creación de cine.

Antes de haber terminado de pre producir la mayor parte del material audiovisual el realizador del portal estaba haciendo pruebas con la tecnología de Flash, inspirado en la programación de la página de la película *The Tree of Life*. Durante gran parte de la investigación ésta fue la tecnología seleccionada para la muestra, por las facilidades que brinda para hacer, justamente, una película interactiva, y el soporte que, hasta entonces, tenía en los dispositivos móviles.

Cuando surgió la noticia oficial de que Android, al igual que Apple, no iba a trabajar más con Flash (“Adobe deja de desarrollar Flash para dispositivos móviles con Android”, 2012) se hizo evidente que esta tecnología se había vuelto anticuada y que se debía utilizar la otra alternativa para que la experiencia se mostrara lo más cercanamente posible a como va a ser el producto final.

Desde el tercer trimestre del 2013 se comenzó a buscar un buen programador de HTML5, hasta que finalmente se coordinó con Jonathan Freites, quien empezó a trabajar en esta segunda versión desde febrero del 2014. Por unos meses se tuvo la esperanza de que la muestra se entregara con esta programación pero, por problemas personales, el señor Freites no pudo continuar trabajando en el proyecto. Se evaluó la decisión de volver a usar la base desarrollada en Flash solamente para mostrarle al jurado cómo será la navegación del portal desde una computadora personal, pero afortunadamente se pudo contactar a otro programador de HTML5, Javier Prieto, quien ha estado trabajando en la versión final de la muestra de Whatö Digital desde junio de 2014.

Para el momento de la entrega de esta investigación seguimos mejorando la versión en HTML5, ampliando cada vez más las opciones para que se pueda acceder desde cualquier *browser* y dispositivo móvil.

## 6.2 La comunidad Whatö

Una vez que se acordó hacer el portal como una pieza de construcción colectiva, se empezaron a formular y desarrollar los mecanismos de inclusión y participación en la misma, basados en los ejemplos de otras páginas web recopilados durante la investigación.

Lo primero que se definió es que, para navegar la experiencia Whatö, no hace falta más que ser un usuario normal con acceso a Internet. Cualquier persona desde cualquier parte del mundo (mientras no tenga restricciones específicas) podrá entrar a Whatö Digital y viajar por todos sus rincones sin necesidad de inscribirse o dejar algún tipo de registro.

Para fundar la comunidad, se quiere empezar sencillamente con el uso del contacto personal. Se buscará realizadores audiovisuales caraqueños y de otras ciudades venezolanas, conocidos del equipo realizador, con la muestra multimedia como ejemplo y algunas explicaciones sobre cómo funciona el portal. La idea es ir abriendo el círculo de participación paulatinamente con un grupo pequeño de realizadores, mientras se crea un correo electrónico propio de la plataforma (@whatodigital.com), desde el cual se van a empezar a mandar invitaciones a otros realizadores audiovisuales.

En la muestra piloto se ve un ejemplo de la invitación sutil que se colocará en el mismo portal para participar en la construcción de la experiencia. En la sección del Sol rojo, con apenas dos líneas, se llama a escribir un email al correo [vista@whatodigital.com](mailto:vista@whatodigital.com), desde donde se responderá al interesado con un panfleto digital explicativo.

En este documento se va a exponer qué es Whatö Digital y cuáles son sus objetivos. Se va a proveer una presentación con textos y animaciones, en la que se narrará los cánones iniciales de la mitología, más los que se vayan agregando oficialmente desde que se lance; y se pondrá un vínculo privado a un foro de discusión en el que los realizadores se podrán inscribir para empezar a ser parte del grupo de los constructores de la mitología. En este lugar se colocarán los criterios de selección de los *microcortos* para la plataforma, que, como hemos mencionado antes, son:

1. Deben estar vinculados a un espacio físico de Caracas y sus alrededores.
2. Tienen por lo menos un elemento mágico en su argumento, relacionado a los cánones ficticios establecidos; aunque se motiva la continua expansión de la mitología.

3. Se lograron con una inversión económica del equivalente a 100 dólares o menos. Para probar esto, bastará con que incluyan breves descripciones del proceso de producción, de las herramientas y de los equipos utilizados.

Se espera que el rumor crezca poco a poco entre los profesionales y entusiastas de las artes audiovisuales, y para ello se utilizarán también las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y otras.

### *6.3 El diseño en la práctica*

De acuerdo con la propuesta, el diseño final de Whatö Digital está enfocado en brindar una experiencia sensorial. Casi todo lo que ocurre en la plataforma se explica con sonidos, imágenes y algunos íconos. Se utiliza el lenguaje cinematográfico como base de navegación de la plataforma, coherentemente con las definiciones expuestas en el Capítulo II de este trabajo.

Se decidió que en las calles no hubiese gente, para que no se contaminara la experiencia con imágenes de personas congeladas que podrían distraer al usuario, considerando el objetivo que las fotos deben cumplir.

Como se mencionó antes, se tomaron 230 fotos de prueba a varias calles de Caracas, y más adelante se hicieron diferentes tomas desde varios puntos de El Ávila y los alrededores del municipio Baruta para obtener las panorámicas finales, que se convirtieron en el primer y segundo nivel del portal, respectivamente.

Presentamos una selección del material recopilado que no se utilizó en el producto multimedia de muestra:

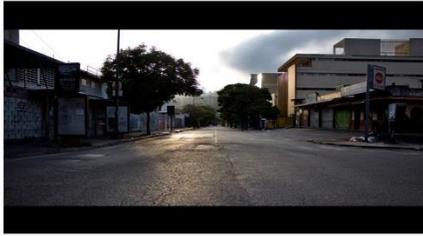


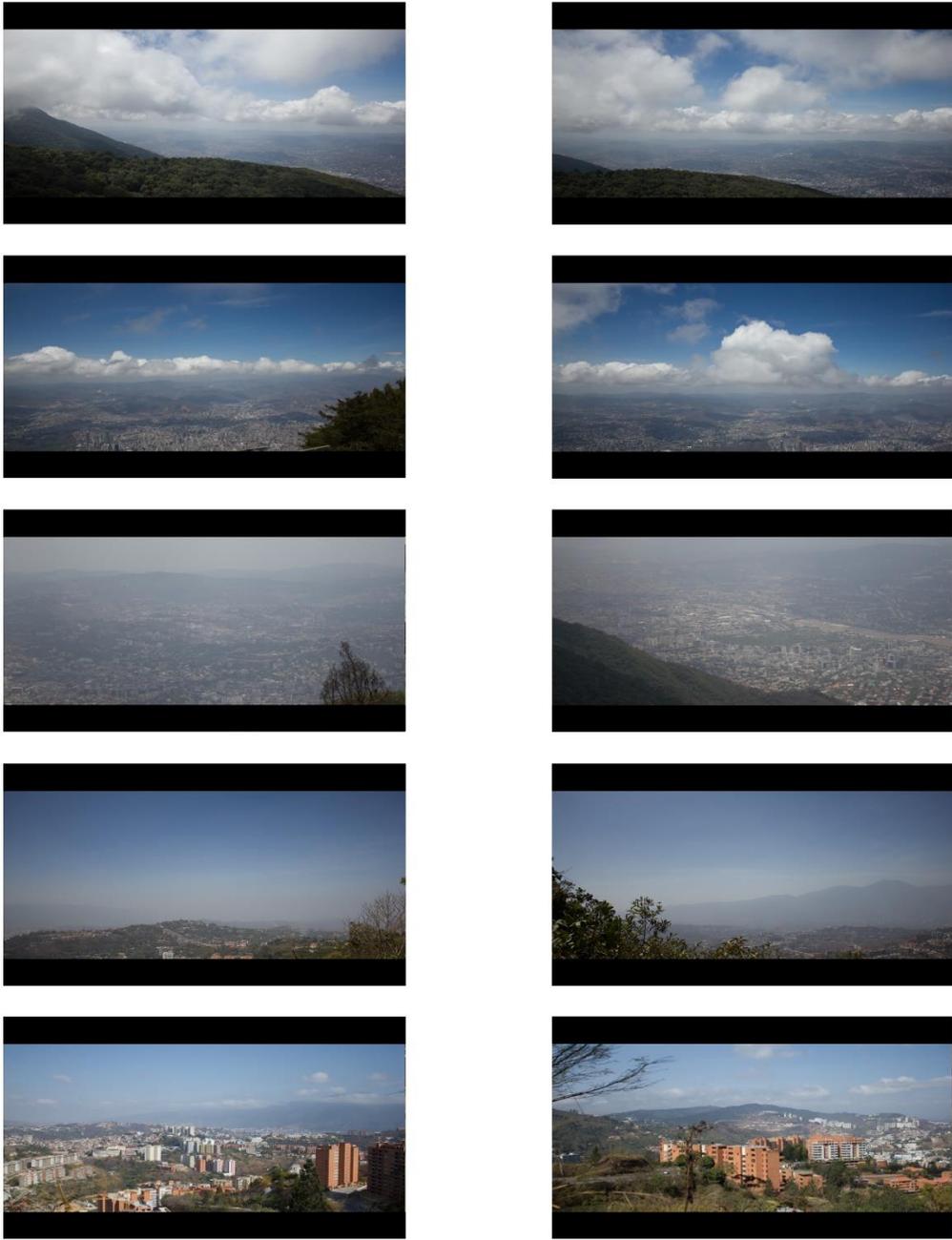
Figura 3. Calles de prueba I



Figura 4. Calles de prueba II



Figura 5. Calles de prueba III



*Figura 6. Zonas de prueba*

Casi todos los íconos de la experiencia se diseñaron una vez que se obtuvo la versión final del ojo, el cual representa el poder de la *vista del chamán*; y para ello se utilizó como referencia la guía de Carlos Suárez (2004), *El contenido simbólico de los petroglifos en Venezuela* (Ver Anexo 2).



Figura 7. El ojo. La vista del chamán

La Figura 7 muestra el noveno y último diseño que se hizo para el ojo de Whatö Digital. Se eligió después de un largo proceso de descarte durante el cual se consultó a diseñadores gráficos, diseñadores web y varios usuarios regulares de Internet. Después de que se definió, esta imagen sentó las bases para el diseño del resto de los íconos de la página. Con el tiempo, se espera que esta figura (o una derivada de ella) se convierta en el elemento más reconocible de la identidad visual de Whatö Digital.



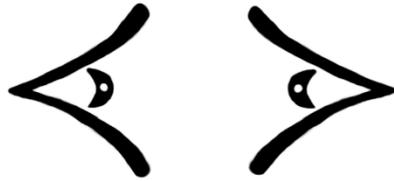
Figura 8. Los soles

Los íconos del sol tienen dos funciones. Conceptualmente, son el mecanismo mediante el cual el viajante se puede acercar más al dios Sol. En la práctica, sirven como botón para volver a la página anterior, excepto cuando se le hace *click* desde la panorámica de Caracas. En ese caso, el botón, cuyo diseño es un poco diferente, lleva a la vista del Sol amarillo, que se explicará más adelante. Cuando los botones tienen una luz azul es porque el *switch* está prendido mientras se navega el portal.



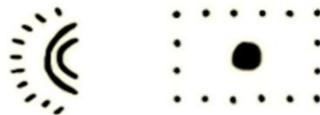
Figura 9. El switch

El *switch*, apagado y prendido, es el mecanismo mediante el cual el usuario puede hacer que el viaje a través de Whatö sea completamente sensorial, o elegir distanciarse un poco y poder ver los créditos y las breves descripciones de cada *microcorto*.



*Figura 10.* Las flechas para el *scroll*

Para el movimiento de las panorámicas se diseñaron y eligieron estas flechas, que se colocaron a ambos extremos de la imagen visible en el buscador. Ambas tienen la figura de una media luna cíclope en el centro. Para mover el *scroll*, solo basta con hacer *click* sobre la panorámica y arrastrarla, o poner el *mouse* encima de la flecha que está en el lado que se quiere explorar.



*Figura 11.* Mute y pantalla completa

Para las opciones de quitar el sonido de las páginas y para ampliar la navegación a pantalla completa, estos fueron los últimos diseños de botones que se eligieron. Ambos mantienen el estilo visual de Whatö, pero transmiten su funcionalidad con bastante claridad.

ESPÍRITUS



DEMONIOS



HUMANOIDES



INSECTOS



ELEMENTALES



LAS HERMANAS

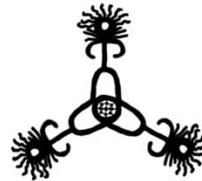


Figura 12. Los seres mágicos

Se diseñó una figura para cada uno de los seres mágicos representados en los *microcortos* de la muestra piloto.

81  
(2011)

**Quando la dueña de la casa duerme,  
sus duendes aprovechan para celebrar**

**Guión Ricardo Espinoza Producción Andrely Torres y Andrea Torres Dirección Ricardo Espinoza  
Camarógrafa Andrely Torres Postproducción Ricardo Espinoza**

**Cámara Canon EOS Rebel t2i**

Figura 13. Ejemplo de plantilla de créditos

Quando el usuario activa el *switch* del Sol rojo y vuelve a explorar la página, cada vez que pase el *mouse* por encima de un vínculo a un *microcorto*, aparecerá su respectiva información de producción. Esta plantilla es un ejemplo de la manera en la que está organizada

dicha información. Para el momento de la entrega, la mayoría de los créditos son del realizador de la página, pero se espera que en los próximos meses otros realizadores vayan compensando esta situación con sus propias añadiduras al portal.

## ESPÍRITUS

Seres que tienden a ser neutrales con el ser humano. Viven en objetos, animales y alguno que otro ser consciente. Forman una simbiosis con el ente que ocupan, y su esencia se impregna para siempre de la de este. Un espíritu puede convertirse en impredecible y violento, vagante o sedentario, si pierde bruscamente a su hospedero.

*Figura 14.* Ejemplo de texto explicativo

Desde la vista del Sol verde el usuario podrá ver algunos textos descriptivos de los elementos mágicos de la plataforma. Este es un ejemplo de la forma en la que se diseñaron dichos párrafos. Más adelante en este documento veremos cada una de las descripciones que se colocaron en la muestra.

La tipografía que se utilizó para los créditos fue *Crimson Text*; para los títulos, *Mohave Typeface*, y para los textos explicativos, *Gandhi Sans*.

### 6.4 La producción y postproducción del contenido

Absolutamente todo el material de la muestra de Whatö Digital, incluyendo los *microcortos*, fue capturado o grabado con una cámara Canon EOS Rebel t2i, del año 2010. Los lentes utilizados fueron un Canon EFS 18-55mm, un Canon EFS 55-250mm, y un Canon EFS 50mm. Toda la postproducción se hizo en la computadora del realizador, una Dell con Windows 7 del año 2009, y en computadoras prestadas de amigos y familiares, utilizando los programas Premiere Pro, After Effects, Photoshop y Audition de la empresa Adobe. Entre el 2011 y el 2012 se accedió a estos programas desde las computadoras prestadas para su uso puntual en este proyecto; a partir del 2013 el realizador utilizó su propio Creative Suite de Adobe.

Todo el material auditivo de cada producción de la muestra, ya sean *tracks* musicales o sonidos circunstanciales, fueron producidos de manera similar por el realizador de la página. La mayoría de estas piezas son *samples* de canciones sin derecho de autor, modificadas hasta el

punto de ser irreconocibles. Las pocas restantes fueron grabadas directamente y editadas por el realizador.

#### 6.4.1 *La interface*

##### *Los íconos*

Estas imágenes se diseñaron y crearon en la computadora del realizador durante un período de alrededor de 6 meses. Los primeros desarrollos se hicieron con una versión prestada de Photoshop, hasta que el realizador pudo obtener su propia copia de Adobe Creative Suite. Algunos de los íconos se siguieron modificando hasta que se obtuvo el resultado final de la aplicación multimedia, para adaptarlos al resto del material audiovisual que se fue produciendo.

Durante el proceso de creación, como ya vimos, se consultó a algunos diseñadores gráficos y diseñadores web, entre los que destacan Roxana Ortega, por sus opiniones críticas hacia los primeros diseños, y Antonio Pimentel.

##### *Los flashes*

El material para los videoartes de transición se grabó en un período de un año, en varias zonas de Caracas y en el Parque Nacional Canaima. Se designaron días específicos para capturar curiosidades cotidianas, hitos urbanos y naturales, interacciones entre gente y animales, elementos del ecosistema, etcétera.

En septiembre del 2011 se hizo un viaje de cuatro días al Salto Ángel con el objetivo principal de complementar el material recopilado.

En total, se obtuvo un poco más de 6 horas de grabaciones, de las cuales se usó un porcentaje mínimo para hacer el montaje de los ocho *flashes del chamán* para la muestra. Lo que sobró está almacenado para ser utilizado en la versión final de Whatö Digital.

##### *Los soles*

La imagen de los soles amarillo, verde y rojo son en verdad partes de la misma toma. La grabación de 30 minutos se realizó un sábado de febrero de 2012, desde un punto alto de la

urbanización Manzanares, entre las 7 y las 8 de la mañana. Para lograr el efecto de cercanía, se grabó con un teleobjetivo de 250mm y el máximo desenfoque posible.

Durante la postproducción se decidió que era preferible que esta vista fuese una imagen estática en vez de un video, dada su monotonía, y se le hizo la coloración para verde y para rosado antes de ser exportado dos veces en cada color, como .jpg y .png.

#### *El video del cielo de Caracas*

Durante el mes entero de diciembre de 2011 se puso la cámara a grabar el cielo caraqueño desde diferentes puntos y horas del día. A veces, el tiempo solo permitía graba unos 10 minutos; y otras veces se pudo recopilar hasta una media hora de material en una sola sesión. Al final se obtuvieron casi tres horas de grabaciones del cielo caraqueño, de las cuales se eligieron los planos más atractivos para hacer este montaje.

A estos videos no se les hizo ninguna alteración de color en postproducción.

#### *La vista panorámica de Caracas*

Para lograr la imagen final de la capital venezolana, se realizaron varias pruebas desde puntos diferentes de la montaña El Ávila. En total, se hicieron cuatro sets completos de 25 fotos cada uno. El que se eligió para la muestra se tomó desde el piso 8 del Hotel Humbolt, al que se pudo acceder con un permiso especial por ser éste un proyecto cultural.

La panorámica se armó con cada una de las 25 fotos utilizando Photoshop, y luego se le hizo un leve retoque para resaltar los colores y darle un tono más amarilloso al cielo.

#### *La vista panorámica de Baruta*

Después de los intentos fallidos de lograr una vista de 360 grados desde un punto céntrico caraqueño, se adoptó la idea de hacer panorámicas desde puntos más cercanos a las calles, que abarcaran unas cuantas zonas de los municipios de la capital. Al principio se quiso usar un set de 25 instantáneas que se tomaron desde la montaña El Volcán, en El Hatillo, pero al escoger las fotos finales de las vistas de las calles, se decidió volver a hacer esta panorámica desde un punto que abarcara más territorio del municipio Baruta.

Después de pedir los permisos necesarios, estas fotos se sacaron desde la azotea del edificio C del conjunto residencial Daymar VI de la urbanización Los Naranjos, en el municipio El Hatillo.

El set de 25 imágenes se transformó en una sola panorámica con Photoshop, que luego se modificó para resaltar los colores y darle un tono más amarilloso al cielo.

### *Las calles de la muestra*

Con las cinco fotos de prueba del municipio Baruta seleccionadas, se fijaron dos domingos continuos de enero del 2014 para tomar las fotos finales a primera hora de la mañana, cuando se pudo aprovechar la luz y la soledad de los espacios.

Las imágenes se tomaron en formato RAW, en alta calidad, con un tamaño de 5184x3456 píxeles. Luego se les hizo un proceso de postproducción para resaltar un poco los colores, darle una tonalidad amarillosa a los cielos y modificar los tamaños a 1920x1080 píxeles, con las barras negras de proporción *CinemaScope* que tienen todas las piezas del portal.

### 6.4.2 *Los microcortos*

En cada una de las siguientes piezas audiovisuales el realizador de esta investigación fue guionista, productor, director, camarógrafo, director de fotografía, musicalizador, editor y realizador de los efectos especiales, excepto en los casos en los que se señale lo contrario.

81

Producción: Andrely Torres y Andrea Torres

Camarógrafa: Andrely Torres

Dado que este corto fue el único no planificado originalmente como parte del portal, resultó ser el más abstracto y experimental de todos. Los duendes protagonistas se hicieron con plastilina blanca y negra por las dos chicas que tuvieron la idea original.

Se logró grabar algunas secuencias en *stop motion*, pero el montaje final utilizó la película experimental *La Jetée* (1962) como referencia narrativa de una película contada con fotos estáticas. Los planos y los duendes se modificaron en Photoshop, cuadro por cuadro, para

darles una cualidad de pintura en movimiento. El diseño final de la pieza está hecho para simular lo que una persona experimenta cuando está soñando.

### *Ascensión*

Reparto: Eloy Martínez

El primer *microcorto* que se hizo con Whatö Digital en mente es uno de los de menor duración. Se grabó en dos locaciones diferentes: unos edificios en construcción en El Hatillo, para la secuencia fuera de la caja del ascensor; y un edificio en La Trinidad para las partes dentro del ascensor.

El actor principal es un conocido del realizador que hizo teatro cuando era más joven. El segundo actor de la pieza era el vigilante del edificio para ese momento, quien, aunque participó en la grabación con mucho gusto, pidió enfáticamente que no se le mencionara con nombre y apellido en los créditos.

Los insectos que aparecen al final del corto se diseñaron con Photoshop y se animaron con After Effects.

### *Bianke*

Reparto: Názaireth Barbar Coelho

Producción: María Angélica Ramírez

Este es el primero de los cortos de Whatö Digital en el que se armó un pequeño dúo de producción para su realización. Se grabó como una pieza sola, un domingo en la mañana de septiembre de 2011, en un parque de la urbanización Manzanares. El color del corto se logró mediante un balanceo a blanco con una fotografía azul, y en postproducción se decidió darle una apariencia distintiva utilizando un proceso sencillo de *rotoscoping*.

### *Ault*

Reparto: Konstanza Kunkel

Producción: Raquel Cartaya

Llevando la idea del *rotoscoping* a otro nivel, se quiso realizar un corto que diera la apariencia de que es una acuarela viviente. La pieza se grabó en dos domingos seguidos de septiembre y octubre de 2011, uno con la actriz, y otro para los planos extra y las piedras que luego se convertirían en la bola de fuego.

Para la postproducción, primero se armó la pieza entera en Premiere Pro; luego se exportó como una secuencia de casi tres mil fotos .jpg, y a cada una de éstas se le hizo un proceso de transformación con Photoshop. El efecto de la bola de fuego se logró con la herramienta *smudge*, modificando cada fotograma en el que aparece. Todas las fotos se volvieron a unir como una sola pieza con Premiere.

### *Sangue*

Reparto: Názaireth Barbar Coelho

Producción: María Angélica Ramírez

Para transmitir la idea de que los cortos en Whatö Digital no deben ser necesariamente independientes unos de otros, se volvió a contactar al equipo de Bianke para expandir la historia con dos secuelas directas, que ocurren inmediatamente una después de la otra.

La locación fue un apartamento en Macaracuay que pudimos utilizar para grabar en septiembre del 2012; y el efecto de la luz distorsionada por la presencia de dos seres mágicos en el mismo espacio se logró aplicando el mismo efecto de *rotoscoping* de la primera parte, pero cambiando algunos de los parámetros.

### *Ante*

Reparto: Názaireth Barbar Coelho

Producción: María Angélica Ramírez

Se grabó en el mismo día que su *precuela*. La misma productora hizo el papel de una de las hermanas cuando al personaje no se le ve la cara.

### *Eolionimia*

Reparto: Valentina Botana, Adriana Núñez, Andrés Eloy Do Couto

Producción: Adriana Humpierres

Después de una pausa de un año en la producción de material para Whatö Digital, por un proyecto laboral que el realizador del portal hizo en Mérida, el corto con el que se retomó el trabajo fue éste.

Originalmente su nombre era *Dama de hielo*, pero más adelante se decidió que el elemento del viento era más fácil de mostrar con los efectos especiales de bajos recursos que se tenían a la mano. El material en bruto se grabó en un parque llamado “Parque por la paz”, en la urbanización La Lagunita, a inicios del 2014.

Para la postproducción, la imagen se duplicó para hacerle dos coloraciones diferentes que luego se mezclaron en After Effects, utilizando la herramienta de las máscaras.

### *Mujer en la piedra*

Reparto: Paola Huaman, Felicia Sojo, Yeliette Alfonso

Producción: Yeliette Alfonso

De apenas 12 segundos, esta pieza es la que menos dura de todos los *microcortos* de la muestra, y se realizó con la intención de mostrar que los contenidos individuales de Whatö no tienen que sobrepasar un minuto para ser seleccionados como contribuyentes de la mitología. Se grabó paralelamente a *Eolionimia*, durante los mismos días, y el efecto de la cara que sale de la pared se logró con la herramienta de *chromakey* de After Effects.

### *Guitarra*

Reparto: Daniela Martínez y Diego Maggi

Producción: Daniela Martínez

Los dos últimos cortos para la muestra también se grabaron paralelamente, en un período de una semana. Para la locación de éste se eligió el patio de una casa en El Cafetal. La cabeza

que cae es la de un maniquí que el actor sostenía con la mano, mientras simulaba que sus hombros estaban más elevados con el otro brazo y una chaqueta. El acabado final de película *vintage* se logró con varios efectos de After Effects.

*Kor*

Reparto: Adriana Humpierres y Diego Maggi

Producción: Adriana Humpierres

Este *microcorto* se grabó en una residencia de El Hatillo. El efecto del minotauro de sombra se logró con una mezcla entre la herramienta de *chromakey* y una animación de máscaras, cuadro por cuadro.

*Los que no se incluyeron*

Existen dos *microcortos* que, por dificultades logísticas, quedaron a medio camino en el proceso de producción. Se llaman *Wo* y *Pareja en la cama*, y ambos se retomarán una vez que se realice la entrega de la investigación.

Además, hay otros actualmente que están en etapa de preproducción para irse realizando e incluyendo en la plataforma durante el transcurso de un año desde el momento de la entrega. Estos son *El Rey Erlo*, *Balón*, *Arena*, *Arlequín* y *Dos*.

## 6.5 Secciones



# **Whatö Digital**

Una explicación gráfica

El concepto de diseño y navegación del portal web, Whatö Digital, se apoyó originalmente en una programación que permitiera navegar en él a pesar de tener solo videos e imágenes como fondos en cada una de las partes del mismo. Durante la etapa inicial de desarrollo del proyecto se utilizó esta gráfica sencilla para explicar cómo debía entenderse la exploración del usuario:

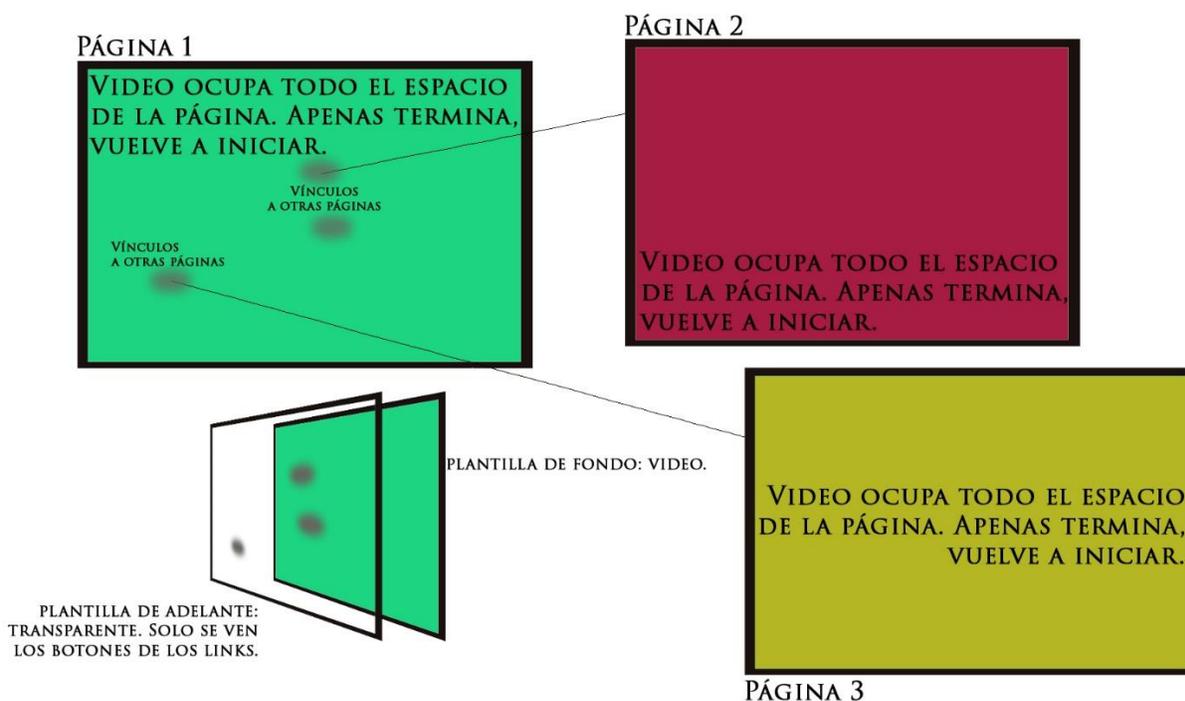


Figura 15. Bosquejo inicial de la forma de navegación

Cada página de Whatö Digital tiene como fondo una imagen estática o un video (en un *loop* infinito o colocados para verse una sola vez por *click*), y encima de ésta o éste hay una plantilla transparente que contiene la información de los vínculos a otras páginas del portal, con sus respectivos botones en forma de íconos, diseñados bajo el estilo estético de la experiencia audiovisual y su ficción.

Debido al elemento lúdico de la experiencia –que se imaginó como un reto leve para el usuario–, el diseño se hizo para que fuera intuitivo, además de original, pero solo después de una breve exploración. Nada en el portal se explica con textos, sino hasta llegar a una de las páginas

relativamente más escondidas en el mismo, en la se consiguen breves descripciones de los elementos mágicos de la ficción del portal, los créditos de su producción, y una breve invitación a formar parte de la comunidad Whatö. El objetivo de esta forma de organización de contenido es que la navegación sea fluida, pero que, a la vez, mantenga el interés del usuario por la cualidad de exploración y descubrimiento de los secretos de la mitología del portal.

Esta sección es una descripción detallada de cada una de las partes del prototipo *beta* del proyecto web, que contiene los aspectos más importantes del diseño completo de Whatö Digital. Si hay redundancia con alguna información que ya se explicó antes, es porque se pretende que este segmento pueda servir como una guía independiente del resto de la investigación, y también para las personas que no tengan acceso a la muestra multimedia.

Es pertinente recordar que una persona cualquiera puede experimentar el portal de dos formas, de acuerdo a los objetivos de la página explicados anteriormente. La primera exploración es la vista por defecto, por medio de la cual el usuario tendrá una experiencia más sensorial y cinematográfica, y más envolvente en su ficción. En esta, cuando el visitante pasa el *mouse* por encima de los íconos que llevan a cada *microcorto*, aparece la hora del día congelado en la cual sucede dicha micro historia, según la ficción del portal.

La segunda forma de exploración ocurre si el usuario decide activar un *switch*, una vez que descubre una parte del portal en la que se le propone ver información adicional sobre cada uno de los *microcortos*. El diseño y la exploración se mantienen prácticamente iguales cuando el *switch* está accionado, excepto por el momento en el que el visitante pone el *mouse* encima de los vínculos que llevan a cada *microcorto*. Al hacerlo, esta vez aparecerá toda la información de producción que el realizador de la pieza quiere que se muestre, más una descripción de su argumento en dos líneas.



## Portada

(Imagen de carga)

Se podrá ingresar al portal de cualquier manera en la que se accede normalmente a una página web: se escribirá el nombre ([www.whatodigital.com](http://www.whatodigital.com)) directamente en la barra de URL del buscador, o se le dará *click* a un vínculo que lleve a la primera página.

*Ver Figura 17. Portada.*

La portada es una foto estática en la que se entremezclan los tres soles de la mitología de Whatö, que son el amarillo (el sol de la vista humana), el verde (el sol de la claridad del chamán) y el sol rojo (el del mundo detrás del mundo), con el ícono de la *vista del chamán* en el medio, representando el inicio del viaje que el usuario está a punto de realizar.

Esta imagen es la que se muestra mientras se cargan los próximos videos al software buscador, o *browser*, del espectador. Para hacer esto evidente, se colocó un contador sencillo en la parte de abajo de la imagen, que se termina de llenar cuando el video del primer estado del viaje, el **Preludio a la vista**, se carga.

El salto a esa siguiente página es automático, una vez que el contador llega a 100%.

## Preludio a la vista

(Cielo de Caracas)

Este video nos muestra una secuencia de vistas no alteradas del cielo de Caracas, acompañadas por una música sutil que evoca el salto a lo desconocido. Cada una de las vistas fue seleccionada por su riqueza cromática y de formas, por un criterio más estético que conceptual, aunque el hecho en sí de que sea un punto de vista de ave tiene un objetivo narrativo ligado a la mitología del portal.

En este lugar elevado, en el pico de las montañas que rodean al valle caraqueño, es hacia donde el chamán –en este caso, el usuario– viaja gracias a sus meditaciones y, en su punto más alto de concentración y apertura al mundo de los espíritus, se le presenta la opción de cruzar el

velo que protege al mismo de la vista del ser humano común, para así poder bajar de nuevo y observar a los seres mágicos que conviven con la gente.

Esta opción se le muestra al visitante con la *vista del chamán*, un ícono en forma de petroglifo de un ojo humano, en el centro del video. El usuario debe hacerle *click* para avanzar.

Si el usuario decide no hacerle *click*, la pieza audiovisual seguirá su duración total de 2 minutos y medio. Cuando termina, el video inmediatamente vuelve a iniciar sin que se note el salto.

A partir de este momento, en cada vista de la experiencia, se pueden apretar los botones de *mute* y de *pantalla completa*, que están en la parte inferior derecha.

*Ver Figura 18. Preludio a la vista*

*Ver Figura 19. Fotogramas del Preludio a la vista*

## **Flash del chamán I**

(Transición a la vista de Caracas)

Los *flashes del chamán* son videoartes de tres segundos que muestran las transiciones de una zona a otra. Cada lugar del portal, sea la vista de Caracas, la vista de una zona o la vista de una calle, tiene un *flash* asignado que, de alguna u otra forma, se relaciona a este. No están en un *loop*, así que cada uno solo se puede ver una vez cuando se accede a su espacio asociado.

El primer *flash* es un *timelapse* de una vista en nadir del cielo caraqueño, ahora con el sol presente; y simboliza el jalón que siente un ser humano común al recibir la *vista del chamán*, y el cambio en la percepción del tiempo que ocurre al cruzar el velo protector.

*Ver Figura 20. Flash del chamán I*

## Vista de Caracas

Esta es la primera visión de la ciudad, propiamente, que podemos explorar desde que “obtenemos” la *vista del chamán*.

Es una foto panorámica de la capital venezolana, que se puede extender hacia un lado o el otro gracias a un *scroll* invisible que se maneja con dos flechas en ambos extremos, diseñadas con el mismo estilo que el ícono del ojo de la *vista del chamán*. Una pieza musical de dos minutos, en *loop*, acompaña la imagen.

Desde esta vista podemos ver varias regiones con el ícono del ojo superpuesto. Estas son las zonas a las que podemos saltar para acercarnos más a los *microcortos* del portal. En total, hay 15 zonas diferentes pero, para la muestra, solo podremos explorar una de las vistas del municipio Baruta, que se encuentra en un punto alto de la urbanización Los Naranjos, cerca de El Volcán. Para saltar, solo hay que hacerle *click* a su respectivo ojo.

En el lado superior derecho de la panorámica hay un ícono del sol. Hacerle *click* a este botón lleva al usuario a la *vista del Sol amarillo*.

Para volver al *preludio a la vista*, se le puede dar al botón *atrás* del explorador de Internet.

*Ver Figura 21. Vista de Caracas*

## Flash del chamán II

(Transición a la vista del Sol amarillo)

Esta pieza es otro videoarte de tres segundos, que simula el jalón que siente el usuario al volver al cielo, pero ahora atravesando las nubes para poder ver un cielo limpio con la presencia única del sol. Al terminar el video, caemos de inmediato en la **vista del Sol amarillo**.

*Ver Figura 22. Flash del chamán II*

## Vista del Sol amarillo

Esta página es una imagen estática del dios Sol mostrando una de sus caras: el color amarillo, que es el que ven los humanos comunes y corrientes en su punto más alto. Para seguir avanzando, hay que hacerle *click* al círculo del sol.

Esta vista tiene su acompañamiento musical de 15 segundos de duración, en un *loop* continuo.

*Ver Figura 23. Vista del Sol amarillo*

## Vista del Sol verde

En esta imagen vemos el segundo rostro del dios Sol, como se le muestra a los chamanes que han obtenido la vista y a los seres mágicos que pueblan la ciudad de Whatö Digital. Precisamente, es en este espacio que el usuario puede esclarecer algunos puntos de la mitología del portal, al hacerle *click* a los íconos que representan a varios seres mágicos. Cada uno hace que aparezca su explicación en el centro de la página. La idea que se tiene para el producto final es que esta vista se vaya llenando de más íconos alrededor del sol, de acuerdo a los aportes que haga la comunidad.

La imagen está acompañada por su pieza musical de 15 segundos, en un *loop* continuo.

En cualquier momento de esta vista (ya sea con o sin textos sobre la imagen), se le puede hacer *click* al círculo del sol para avanzar a la siguiente página.

*Ver Figura 24. Vista del Sol verde*

Al pasar el mouse sobre el ícono de los Espíritus, el usuario obtiene la siguiente explicación:

Seres que tienden a ser neutrales con el ser humano. Viven en objetos, animales y alguno que otro ser consciente. Forman una simbiosis con el ente que ocupan, y su esencia se impregna para siempre de la de este. Un espíritu puede convertirse en

impredecible y violento, vagante o sedentario, si pierde bruscamente a su hospedero.

*Ver Figura 25. Espíritus*

Al pasar por encima del ícono de los Demonios, aparece el siguiente texto:

Seres perversos y sádicos. Algunos dicen que son espíritus en su peor estado, después de siglos de vida errante; otros dicen que han existido desde mucho antes que aquellos, pero que es evidente que tienen un parentesco. De cuando en cuando se alojan en objetos, animales y personas pero, a diferencia de los espíritus, los demonios impregnan su voluntad sobre el ente que habitan y obtienen nada de su esencia.

*Ver Figura 26. Demonios*

Al activar el ícono de los Humanoides, se muestra esta explicación:

Hombres bestia, duendes, gente de las sombras, harpías y demás. Los sabios hablan de que existen cientos de tipos de humanoides y que todavía hay muchos por descubrir. Se dice que aparecieron en el mundo al mismo tiempo que los seres humanos. Sus personalidades varían tanto como los tipos que hay. Algunos son solitarios, otros viven en grupos, otros están atados psíquica o emocionalmente a un lugar, una persona o un espíritu. Unos se dedican a la bondad, otros a la guerra, otros a la contemplación y otros cuantos solo a vivir como les plazca.

*Ver Figura 27. Humanoides*

El texto sobre los Insectos es:

Son los más etéreos de los seres observables con la vista del chamán; y los más misteriosos. De ellos solo se sabe que se sienten fuertemente atraídos a dos cosas: las grandes congregaciones de seres vivos y la muerte. Algunos creen que los insectos se

alimentan de estos dos extremos. Su parecido en forma con los insectos del mundo físico hace pensar que pueden tener algún vínculo o parentesco con ellos.

*Ver Figura 28. Insectos*

Para los Elementales está esta explicación:

Las fuerzas originarias del mundo, que existen desde su primera creación, a veces desprenden partes suyas en forma de avatares para observar y sentir el plano de existencia que ayudaron a crear. Se les ha podido ver con apariencia de humanos, de animales y de bestias que no habían existido antes ni volvieron a existir jamás. Se cree que estos avatares han podido procrear con mortales.

*Ver Figura 29. Elementales*

Con el ícono de Las Hermanas se accede a esta información:

Nadie sabe en donde aparecieron por primera vez, pero fue antes que la mayoría de los espíritus. Nacen adultas, se apropian de todo objeto hospedado por un espíritu que consigan, y se matan entre ellas si llegan a verse; solo para volver a nacer y repetir el ciclo. Pueden pasar siglos sin encontrarse, o, a veces, solo segundos. Pocos creen que seguirán así hasta el fin de los tiempos, pues los sabios dicen que las tres tienen sus vidas contadas y que un día dejarán de renacer.

*Ver Figura 30. Las Hermanas*

## **Vista del Sol rojo**

En esta imagen vemos al dios Sol en su tercera careta: la del mundo detrás del mundo de Whatö Digital; es decir, el mundo originario del usuario, o nuestra realidad. En esta es que

ocurre el rompimiento completo con la continuidad de la ficción del portal, y se puede activar una visita más distanciada para los usuarios que quieren utilizar la plataforma como herramienta.

Si se llega a este sol cuando el *switch* está apagado, como lo está por defecto, entonces vemos el siguiente texto breve que llama sutilmente a la posibilidad del visitante de participar en la construcción y continuidad de la experiencia Whatö.

Si quieres ayudar a construir esta experiencia de cine interactivo,  
escribe a:

[vista@whatodigital.com](mailto:vista@whatodigital.com)

para conocer las pautas del experimento.

La dirección de correo electrónico no estará activada para el momento de la entrega de este trabajo, pero la misma será el medio por el cual el usuario podrá conocer las pautas para colaborar y ser parte de la comunidad.

*Ver Figura 31. Sol rojo (switch apagado)*

El usuario puede activar el *switch* para ver los créditos o llegar a esta página con el mismo ya activado (si se había visitado antes esta zona). De ser así, la página muestra el nombre del portal y los créditos de su creación en vez de la invitación a escribir al correo electrónico.

Estas dos vistas del Sol rojo también van acompañadas por una pieza musical en *loop*.

Para avanzar en la navegación, el usuario debe darle click al círculo del sol, ya sea con el *switch* apagado o con el *switch* prendido. En ambos casos, la siguiente página es la **vista de Caracas**, que ya describimos, y desde esta se puede llegar a la **vista de Baruta**.

*Ver Figura 32. Sol rojo (switch prendido)*

### **Flash del chamán III**

(Transición a la vista de Baruta)

El segundo o tercer *flash* que vemos como visitantes simboliza la rapidez y el ímpetu del salto hacia el nuevo punto de vista, intercalado con visiones de hitos arquitectónicos de la ciudad

y memorias del entorno en el que, según la mitología inventada para el portal, nació la religión animista en la que se basan todos los elementos mágicos de la experiencia.

*Ver Figura 33. Flash del chamán III*

## **Vista de Baruta**

Esta es una imagen panorámica de una parte del municipio Baruta, desde el punto en Los Naranjos antes mencionado.

Al igual que en la **vista de Caracas**, ambos extremos de la fotografía tienen las mismas flechas que mueven el *scroll* invisible de un lado a otro.

El espacio completo tiene 30 íconos del ojo, distribuidos, que indican cada una de las calles de esta zona a las que se puede acceder con hacer *click* sobre ellas. En la muestra piloto de la entrega solo podemos acceder a cinco: la **vista desde el casco de Baruta**, la **vista desde la entrada de Manzanares**, la **vista desde la calle en Prados del Este**, la **vista desde la calle en Las Minas de Baruta** y la **vista desde el terreno en Colinas de Bello Monte**.

En el cielo de Baruta también hay un ícono del sol, un poco más simple que el anterior, que lleva al usuario a la página anterior. En este caso, sirve para regresar a la **vista de Caracas**.

Esta panorámica también está acompañada de su propia música en *loop*.

*Ver Figura 34. Vista de Baruta*

## **Flash del chamán IV**

(Transición a la vista desde el casco de Baruta)

Este *flash* aparece si el usuario, desde la vista anterior del municipio Baruta, hace *click* sobre el ícono del ojo que está justo encima del casco viejo del pueblo de Baruta.

De nuevo, simula el salto brusco y rápido, intercalado con vistas familiares del municipio, su fauna y sus misterios.

*Ver Figura 35. Flash del chamán IV*

### **Vista desde el casco de Baruta**

En esta imagen podemos apreciar algunas vistas familiares de Caracas, como la panadería y pastelería que está en la curva, los carros en las aceras, las escaleras que suben a las casas, los colores y la presencia de muchos árboles y arbustos. Es un lugar fácilmente reconocible para la gente que transita por la zona de La Trinidad y El Hatillo hacia el centro de la ciudad.

Desde aquí podemos ver uno de los *microcortos*, **Mujer en la piedra**, o volver a la **vista de Baruta** con el ícono del sol, en la esquina superior izquierda. Vale la pena recordar que este ícono sirve como el botón de *back*, en la práctica, pero que conceptualmente su razón de ser es la de acercar al usuario, por estados de visión, al dios Sol.

Todas las vistas de las calles están acompañadas de sus respectivas canciones, cada una en un *loop* que se repite hasta que el usuario abandona la página.

*Ver Figura 36. Vista desde el casco de Baruta*

### **Flash del chamán V**

(Transición a la vista de la entrada de Manzanares)

En esta pieza de tres segundos vemos metal oxidado en un parque, el vuelo de un espíritu al ras del suelo, y un insecto en pose de ataque, al sentir la presencia del usuario.

*Ver Figura 37. Flash del chamán V*

### **Vista desde la entrada de Manzanares**

Se ve una doble vía en la que hay postes con carteles políticos, un parque con algunos carros afueras, muchos árboles, y un edificio elevado y en el medio, que parece una fortaleza antigua saliendo entre las copas de los árboles.

Desde aquí se pueden ver tres *microcortos* seriados: **Bianke**, **Sangue** y **Ante**; y el ícono del sol que lleva a la vista previa.

*Ver Figura 38. Vista desde la entrada de Manzanares*

## **Flash del chamán VI**

(Transición a la vista desde la calle de Prados del Este)

En este salto vemos un perro encerrado en una casa, unas flores movidas por la brisa, un juego de cartas y un amanecer panorámico desde Prados del Este.

*Ver Figura 39. Flash del chamán VI*

## **Vista desde la calle de Prados del Este**

Es una calle larga de una urbanización típica de clase media alta venezolana. De nuevo, se nota la característica presencia de árboles y la variedad de colores.

Desde esta calle podemos ver los *microcortos* **Guitarra** y **Kor**, o volver a la **vista de Baruta** con el ícono del sol.

*Ver Figura 40. Vista desde la calle de Prados del Este*

## **Flash del chamán VII**

(Transición a la vista desde la calle en Las Minas de Baruta)

En este videoarte vemos una caminata entre matorrales, puertas, verduras, una cocina de antaño, unas escaleras y nubes girando.

*Ver Figura 41. Flash del chamán VII*

## **Vista desde la calle en Las Minas de Baruta**

Esta imagen presenta una mirada interesante de una calle que se pierde entre las casas, y en el horizonte, una ciudad hacia abajo, como si estuviésemos frente a un acantilado.

Se ven muchos colores, paredes rayadas, otros mensajes políticos, cables, postes y decoraciones hogareñas. Se nota el contraste entre las clases sociales del país, pero desde un punto de vista interesante. En este caso, quienes tienen la vista privilegiada y se encuentran “arriba” son los habitantes de las casas humildes.

Desde aquí se pueden ver los cortos **Ault** y **81**, y se puede volver hacia atrás con el ícono del sol.

*Ver Figura 42. Vista desde la calle en Las Minas de Baruta*

## **Flash del chamán VIII**

(Transición a la vista desde el terreno en Colinas de Bello Monte)

En el último *flash* de la muestra vemos un río marrón, sucio, que refleja al cielo con el sol en el centro, intercalado con un balcón decorado con flores, un techo al que se le ven los andamios y un jardín.

*Ver Figura 43. Flash del chamán VIII*

## **Vista desde el terreno en Colinas de Bello Monte**

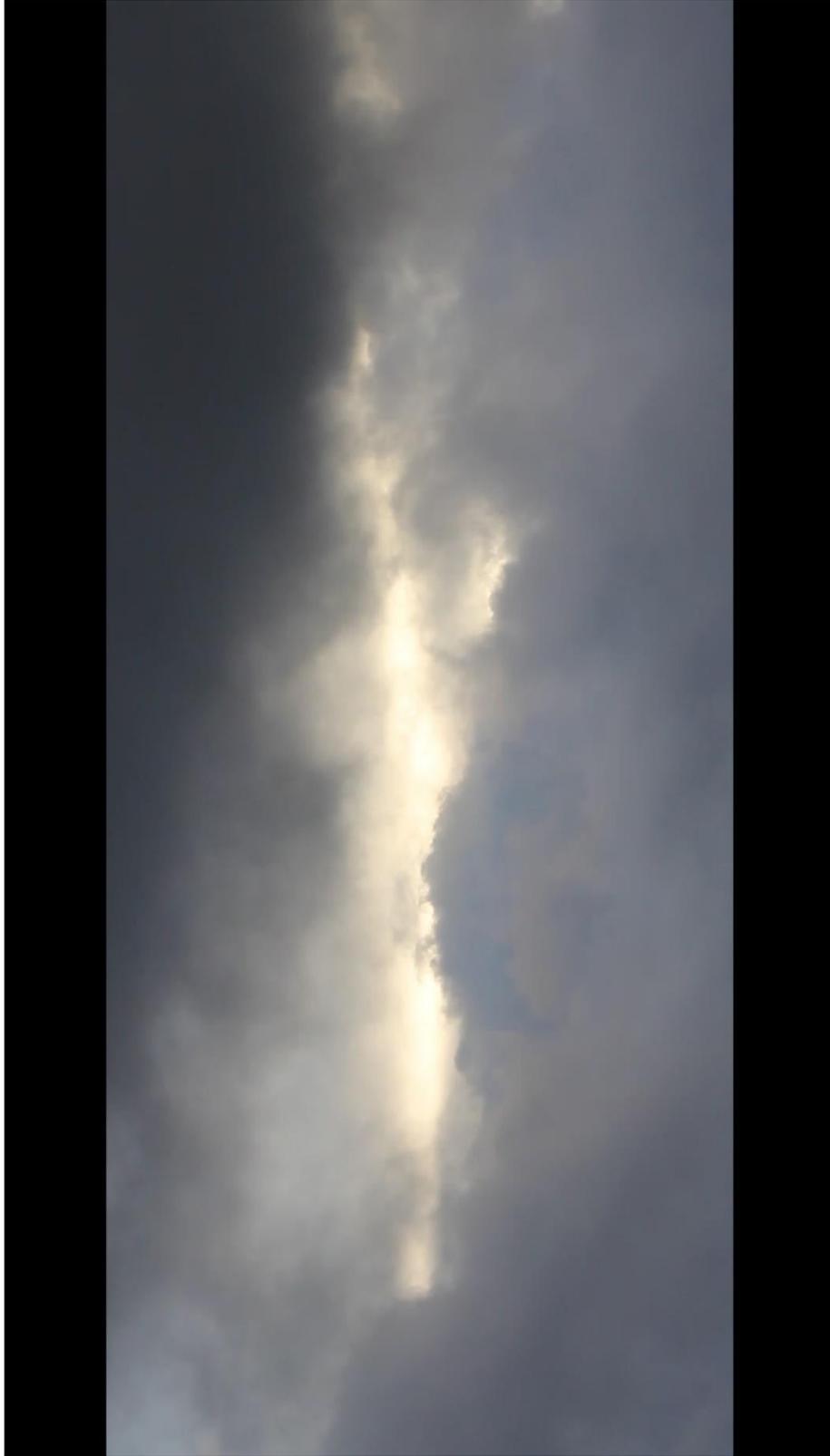
En este lugar casi abandonado vemos que la naturaleza no solo está presente, sino que predomina. La “calle” es de tierra y los pocos objetos cercanos parecen haber sido desechados. A lo lejos se ven lugares tan apartados como El Hatillo y Manzanares, y las colinas que limitan al sur del valle caraqueño.

Desde esta vista podemos acceder a los cortos **Eolionimia** y **Ascensión**.

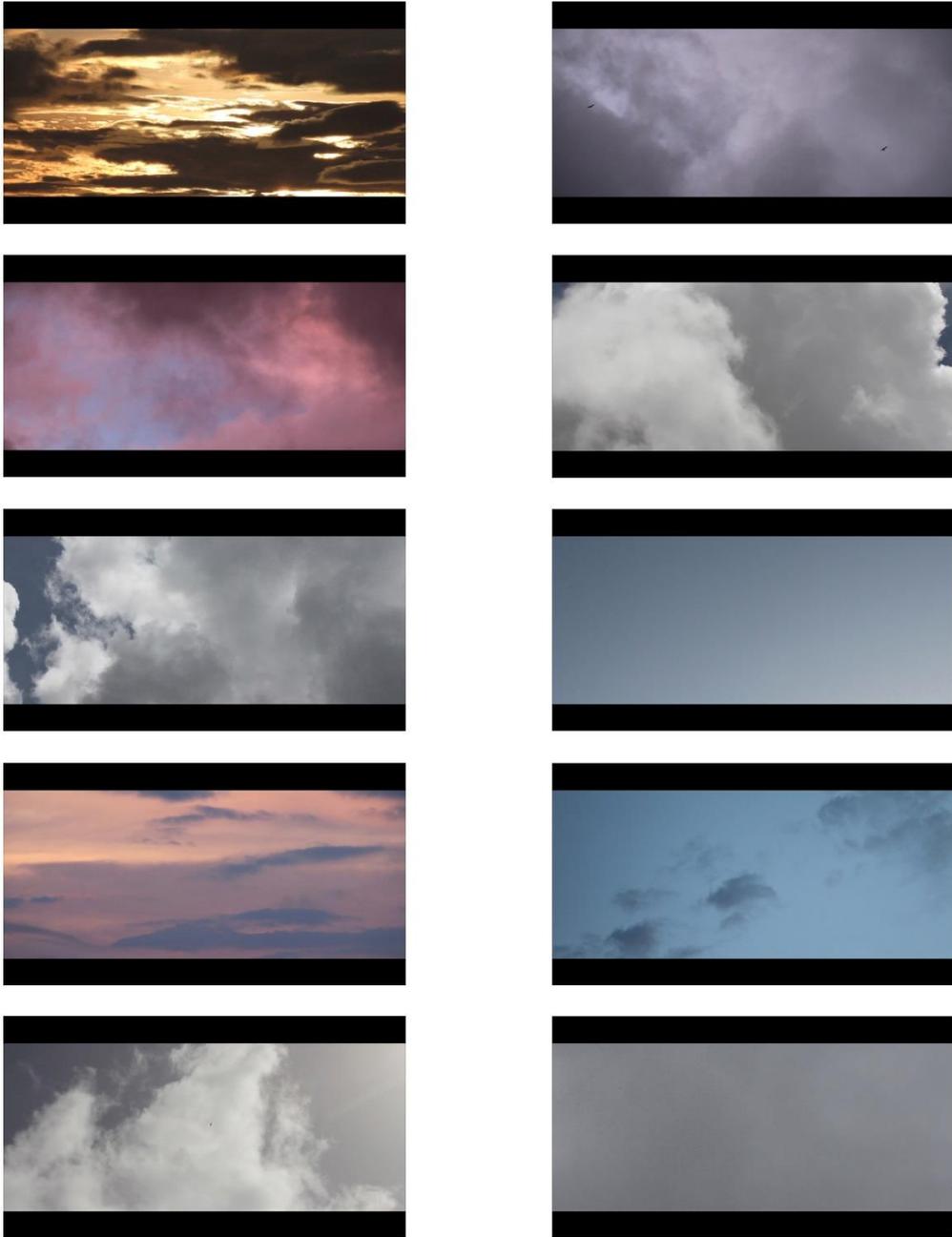
*Ver Figura 44. Vista desde el terreno en Colinas de Bello Monte*



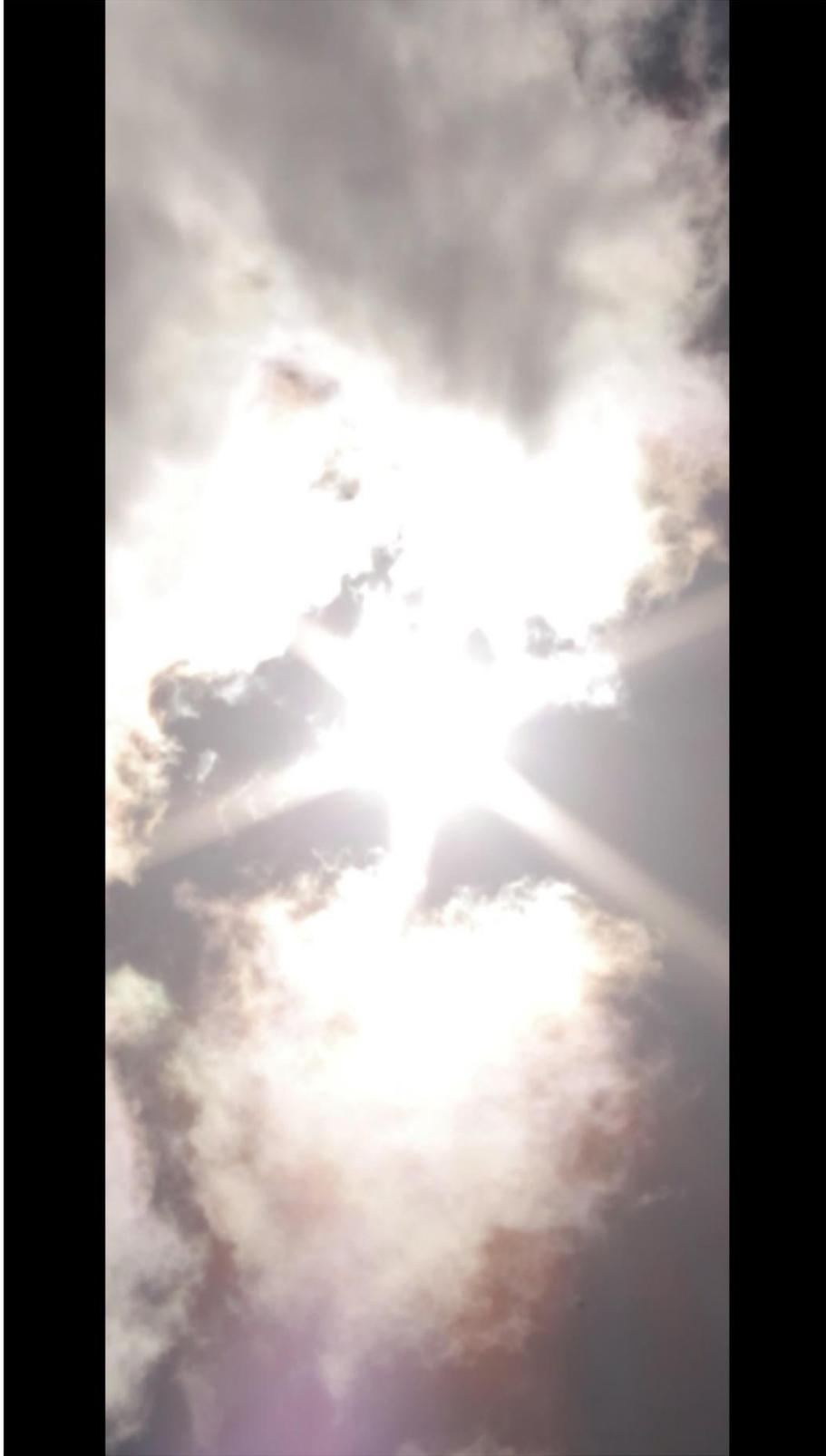
*Figura 17.* Portada



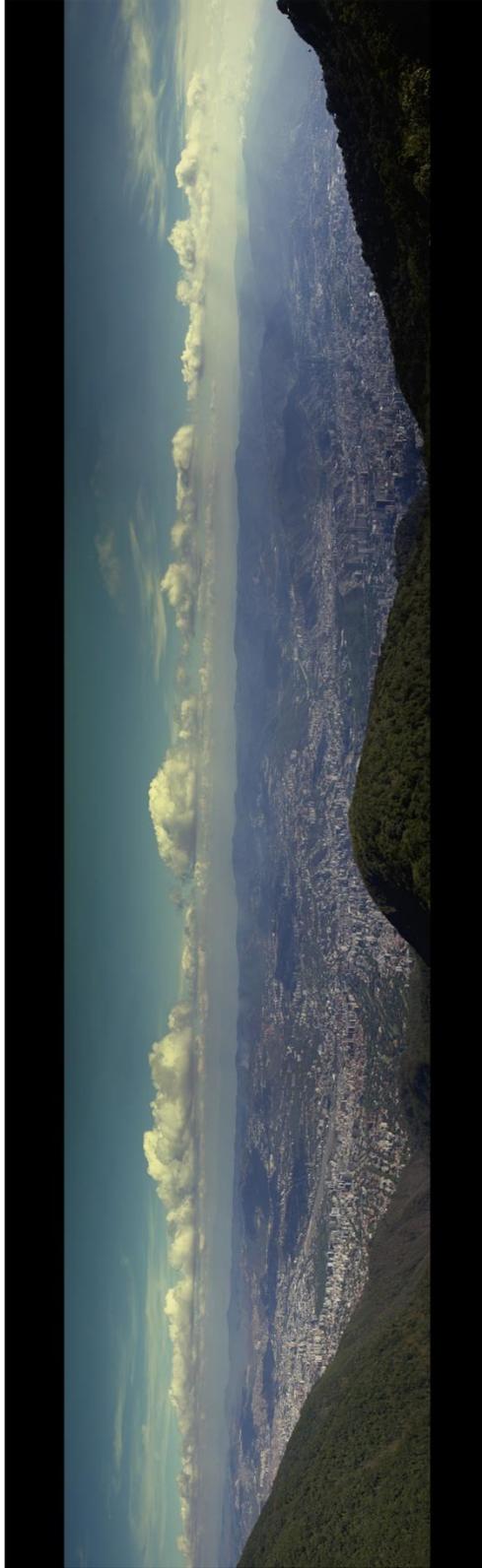
*Figura 18.* Preludio a la vista



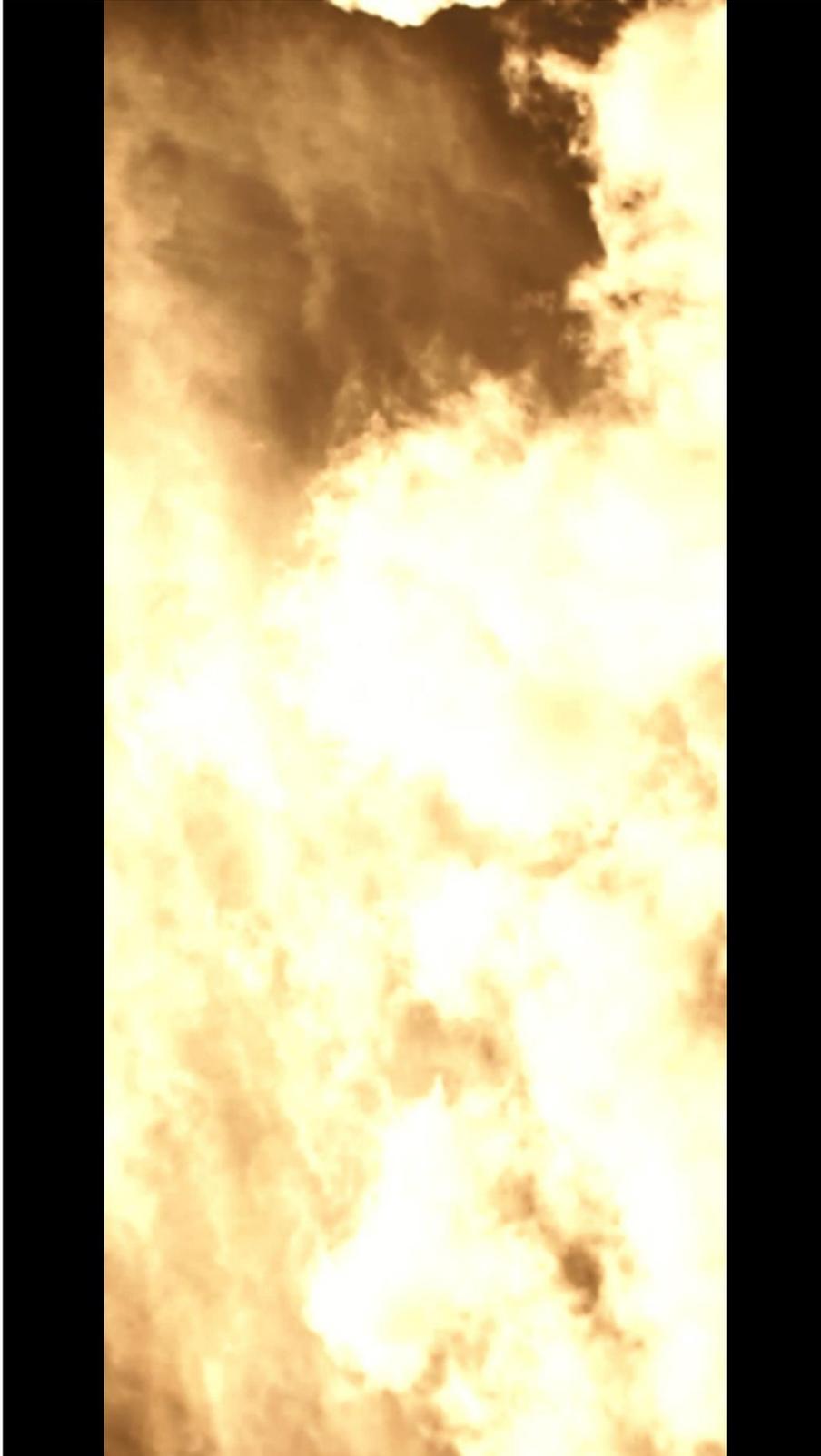
*Figura 19.* Fotogramas del Preludio a la vista



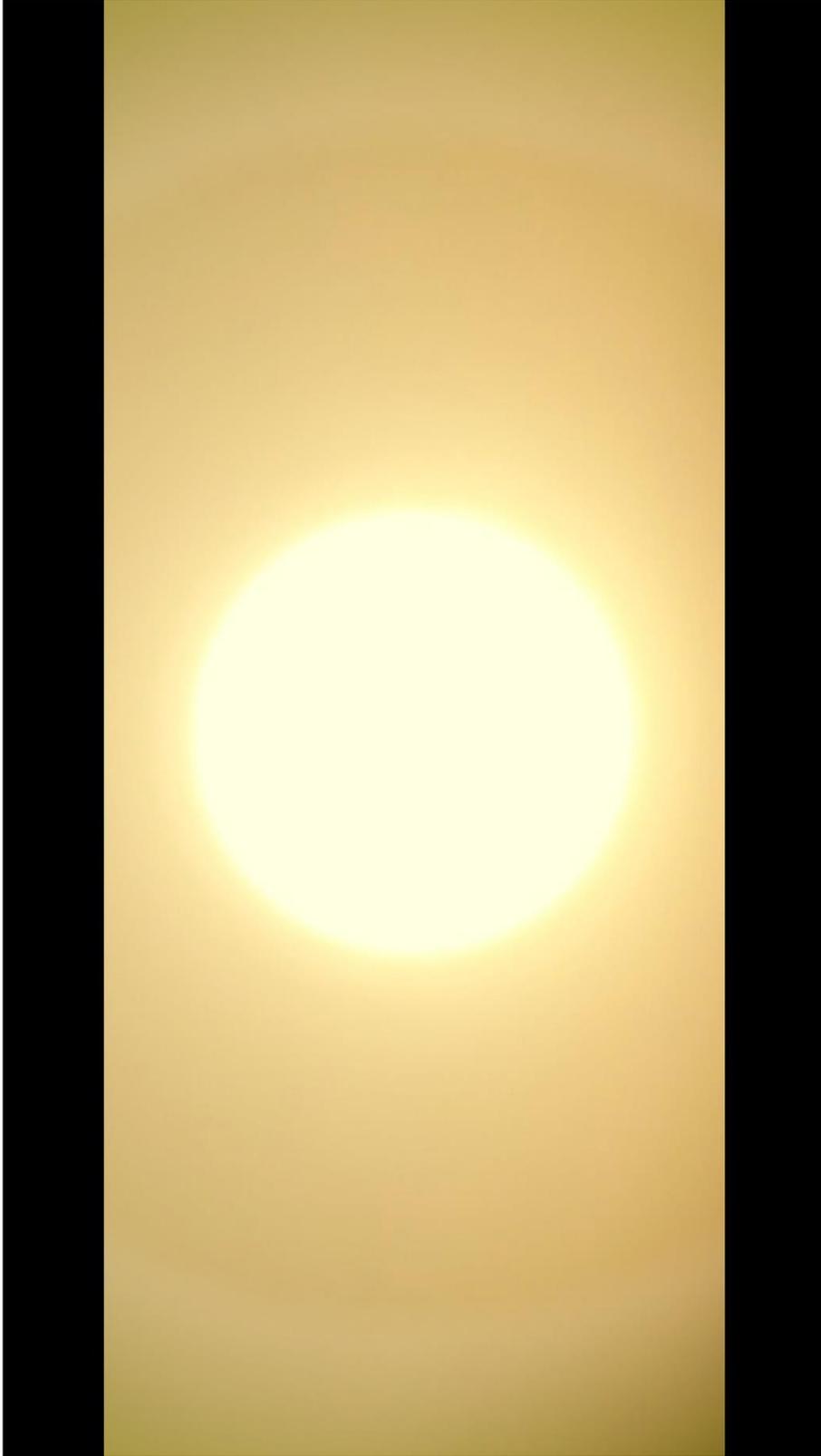
*Figura 20.* Flash del chamán I



*Figura 21.* Vista de Caracas



*Figura 22.* Flash del chamán II



*Figura 23.* Vista del Sol amarillo



Figura 24. Vista del Sol verde

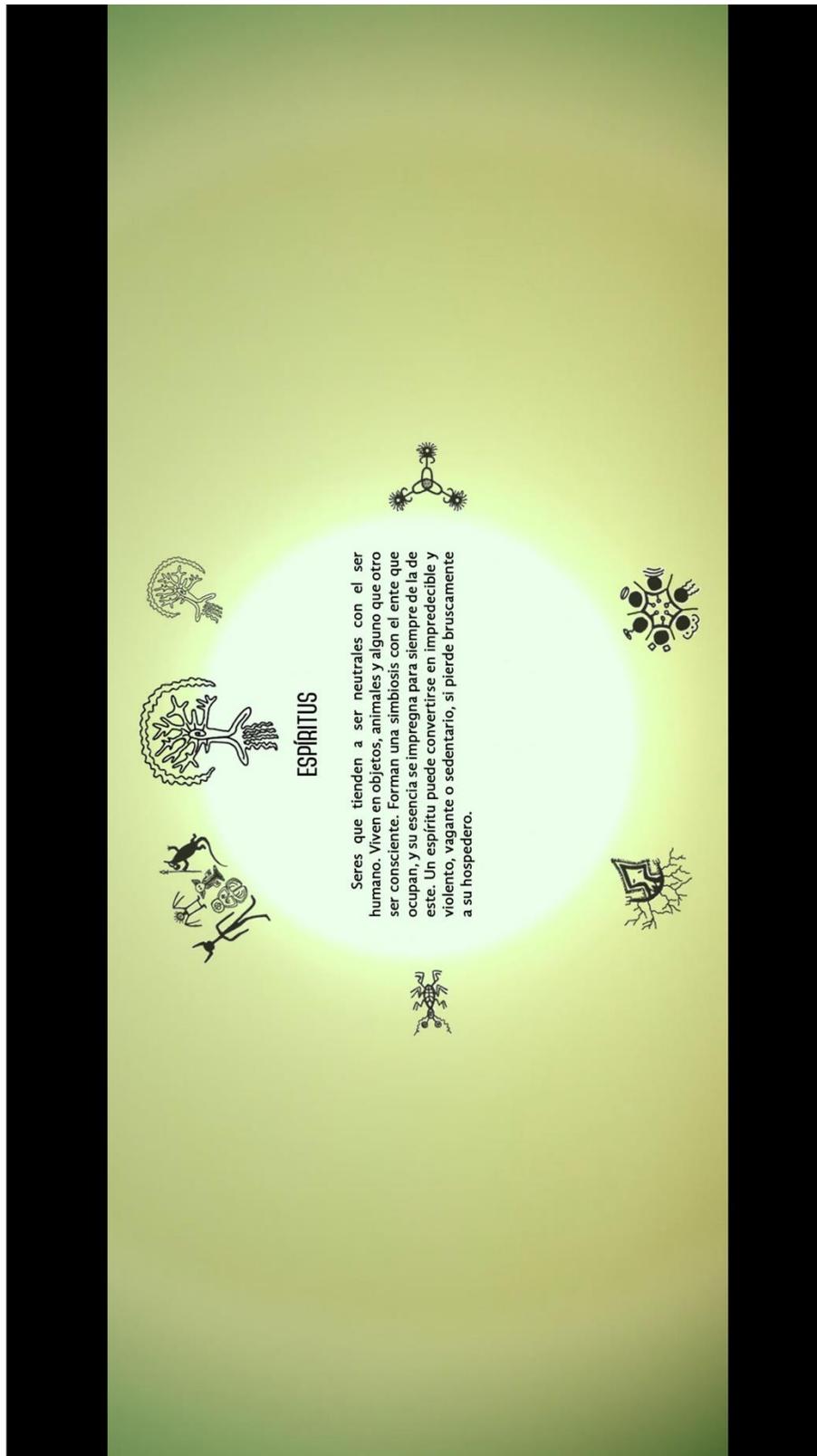


Figura 25. Espíritus

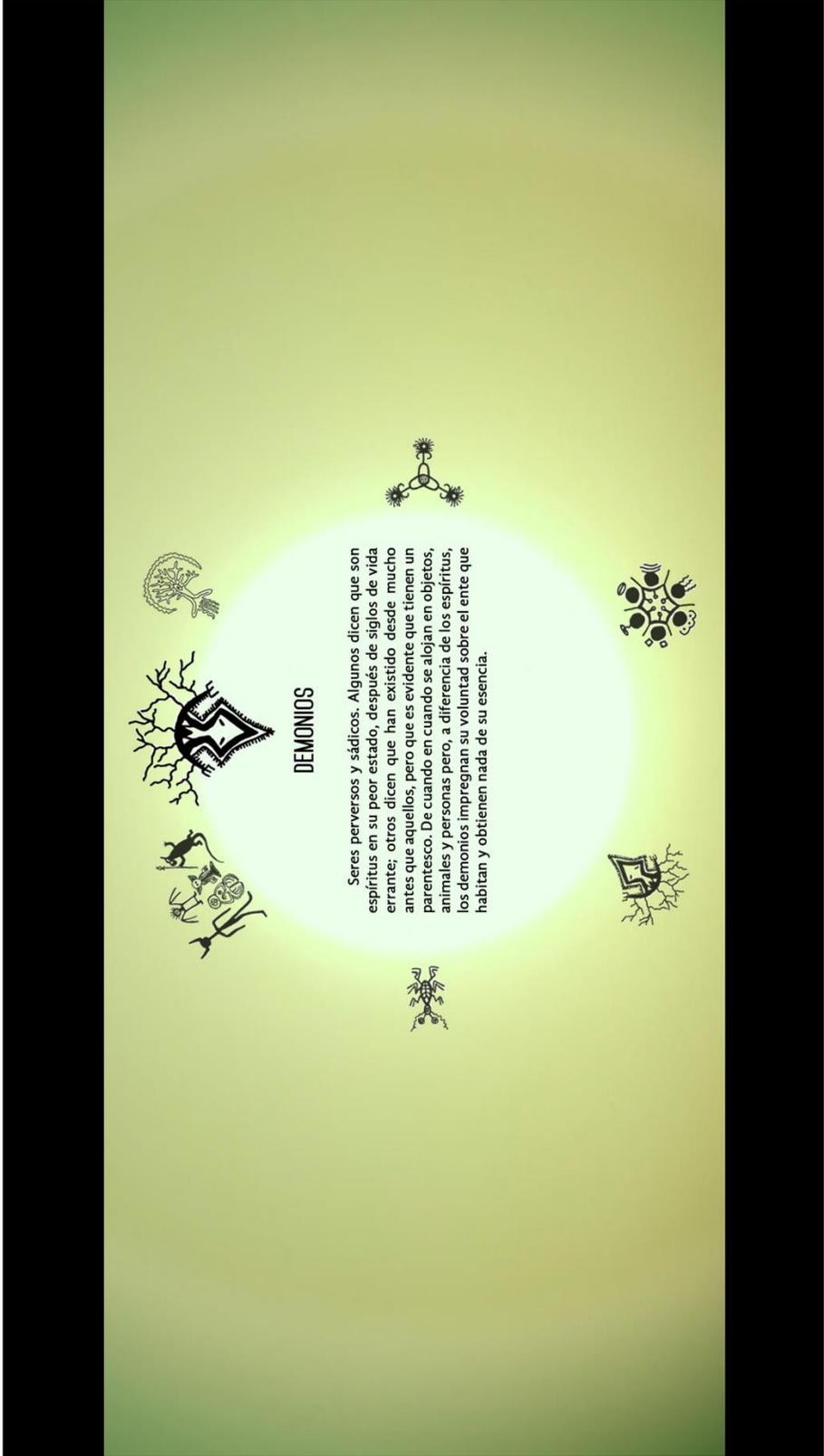


Figura 26. Demonios





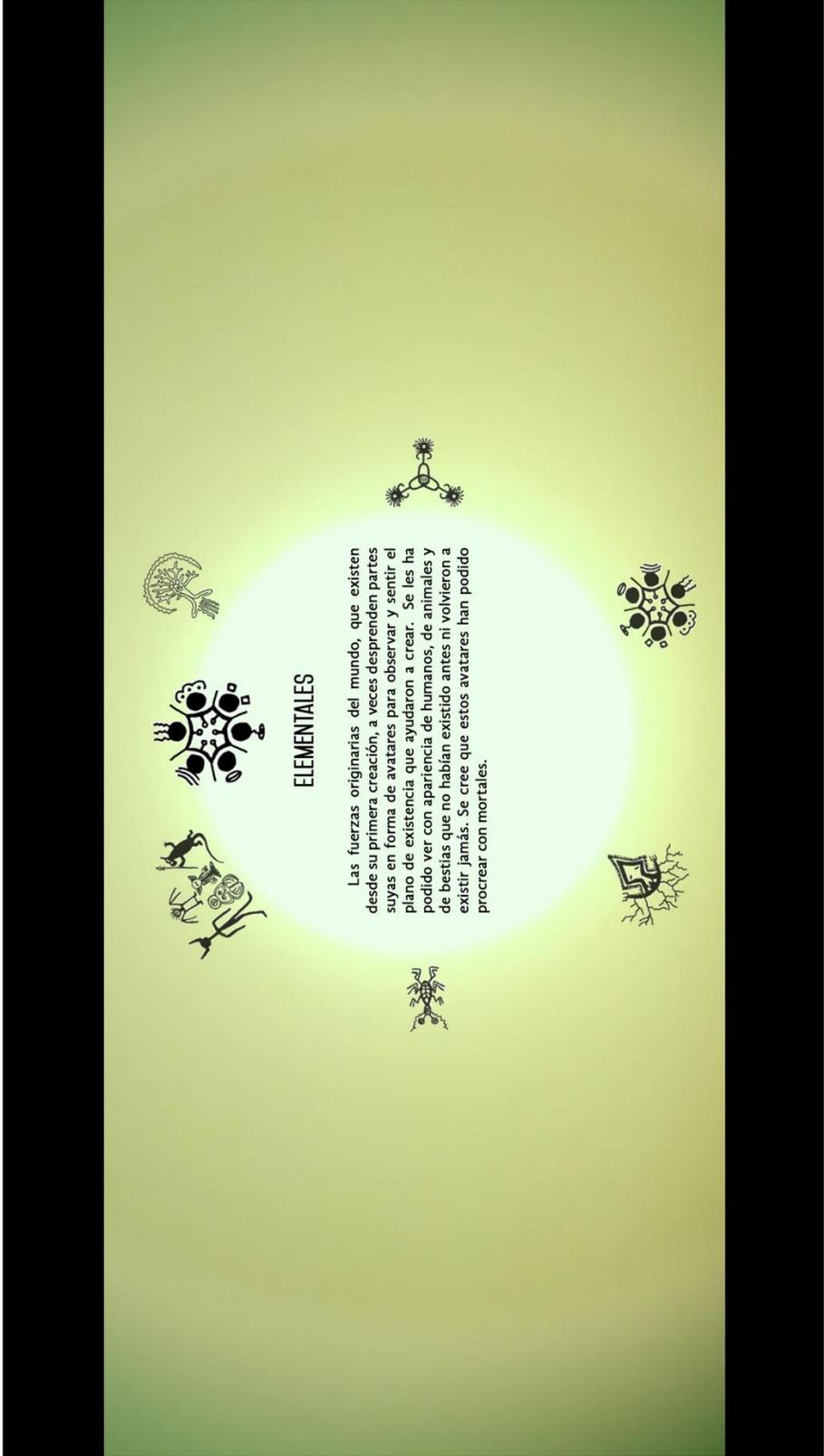


Figura 29. Elementales

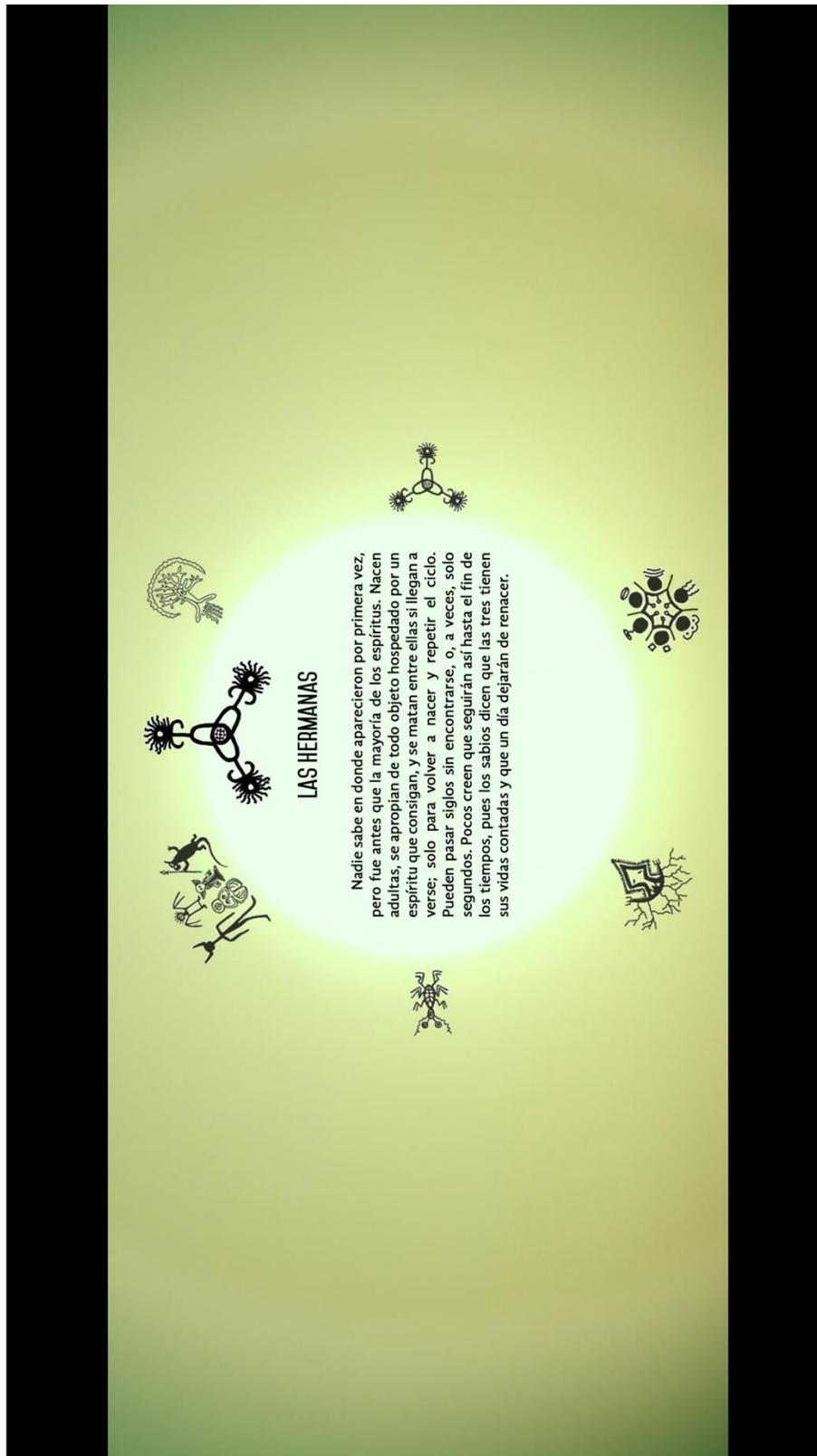


Figura 30. Las Hermanas

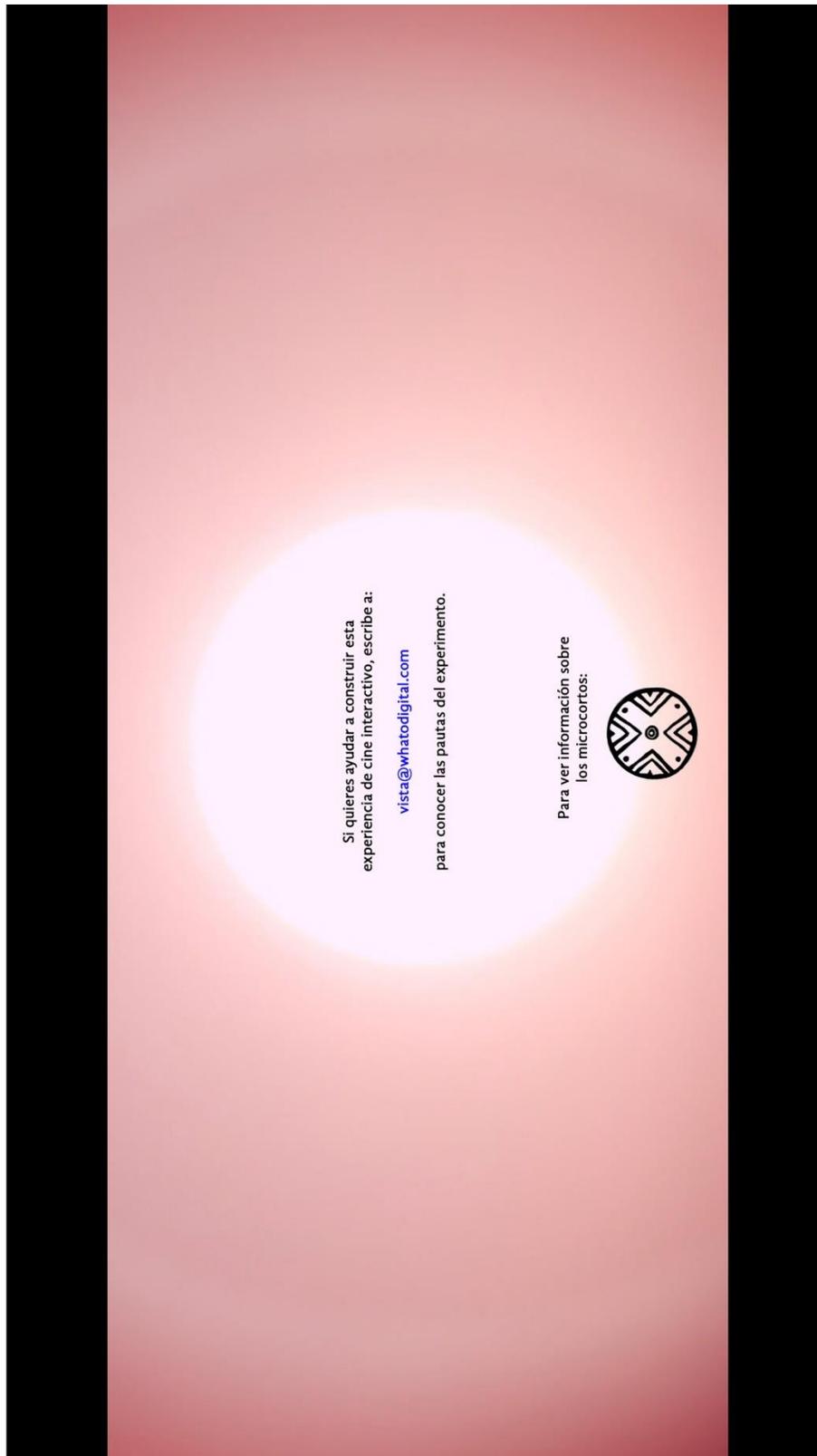


Figura 31. Vista del Sol rojo (switch apagado)

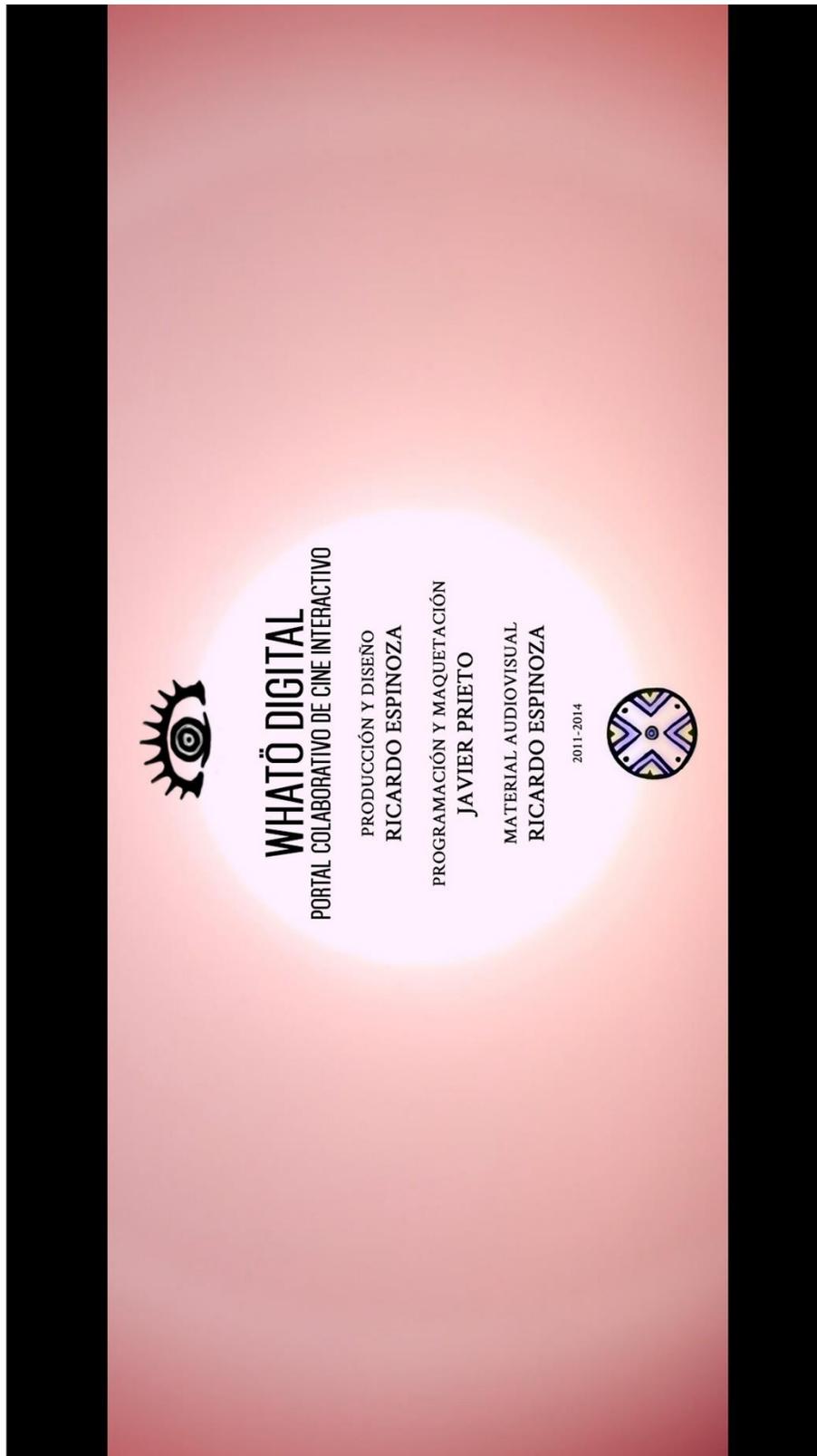
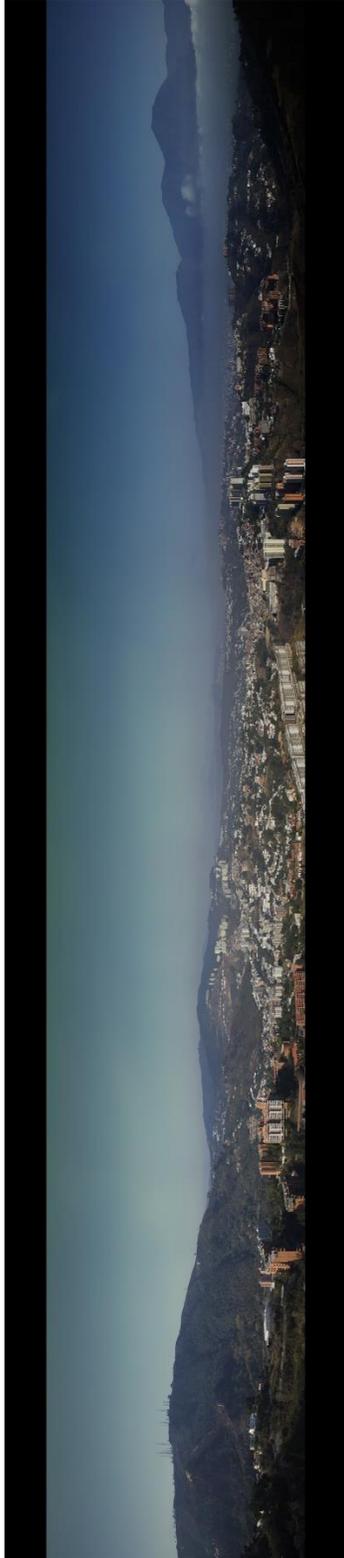


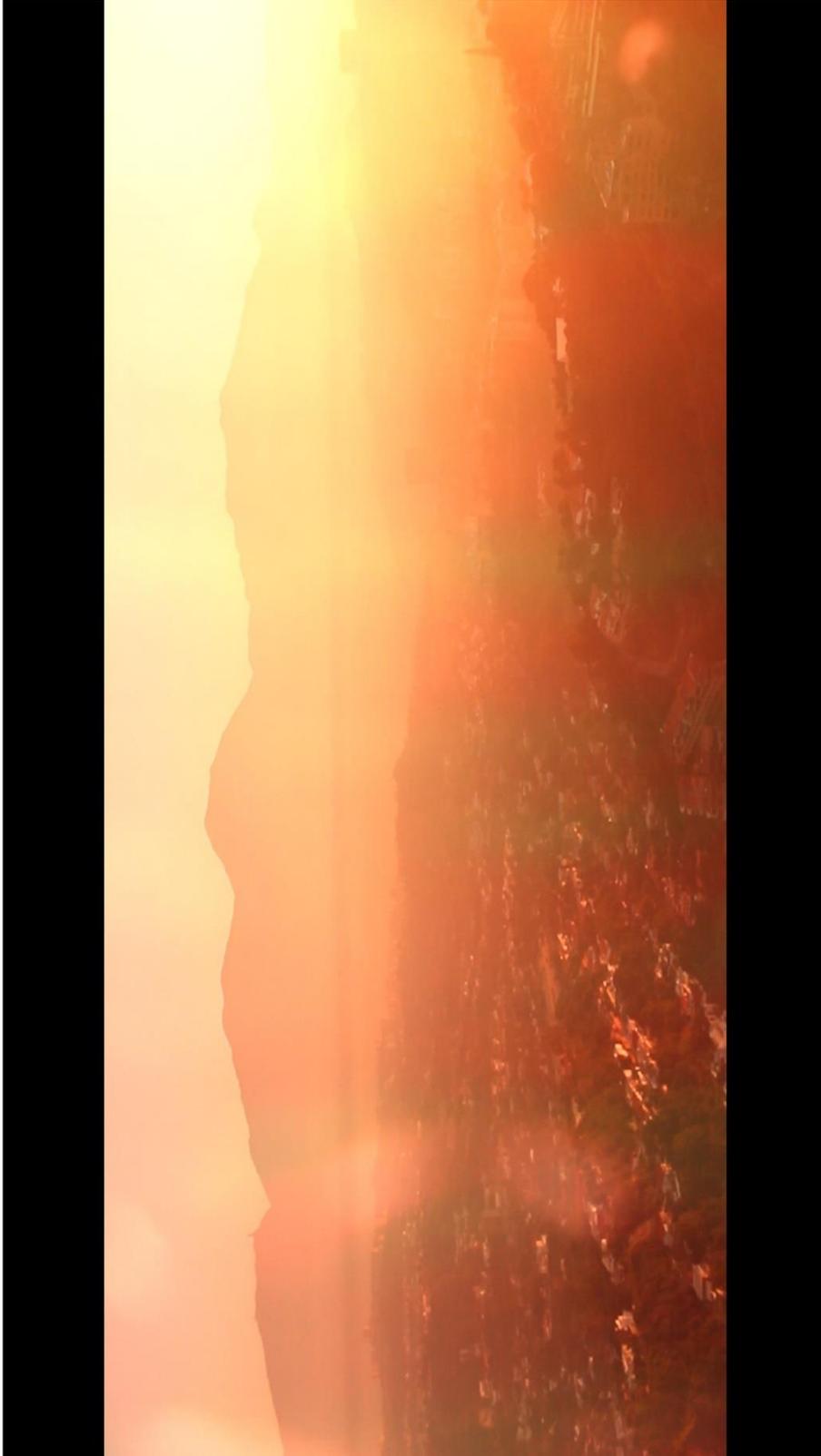
Figura 32. Vista del Sol rojo (switch prendido)



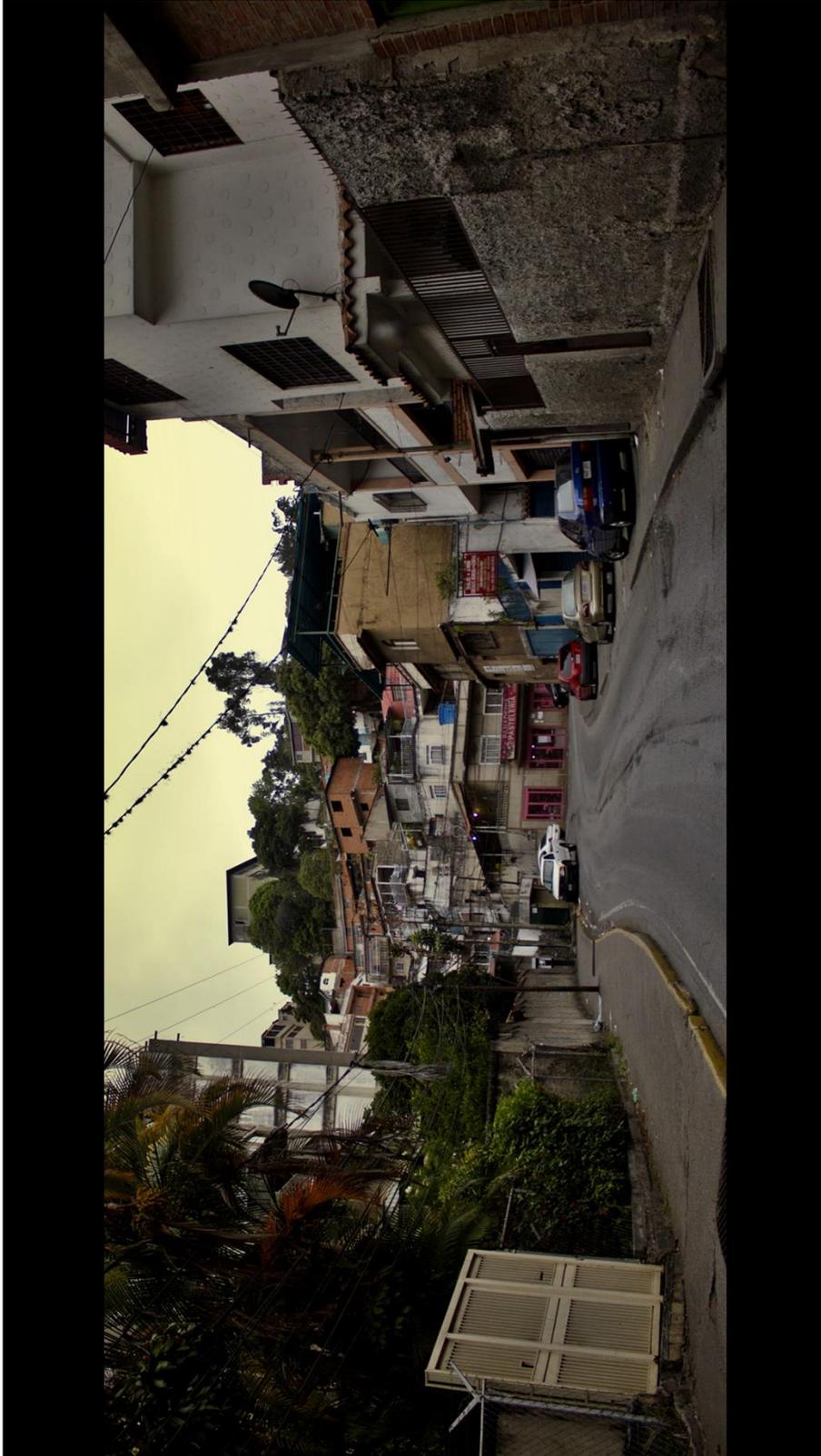
*Figura 33.* Flash del chamán III



*Figura 34. Vista de Baruta*



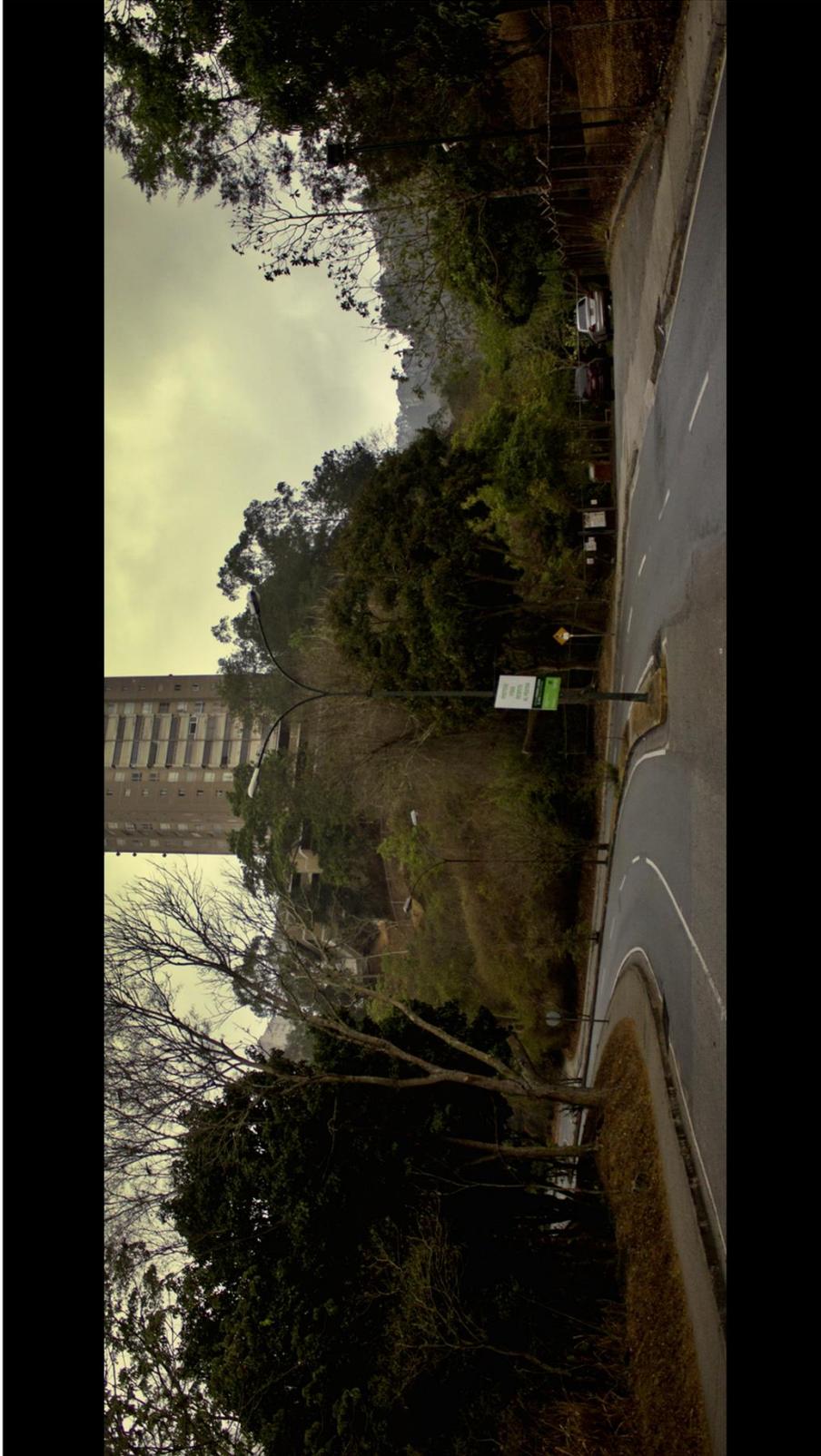
*Figura 35. Flash del chamán IV*



*Figura 36. Vista desde el casco de Baruta*



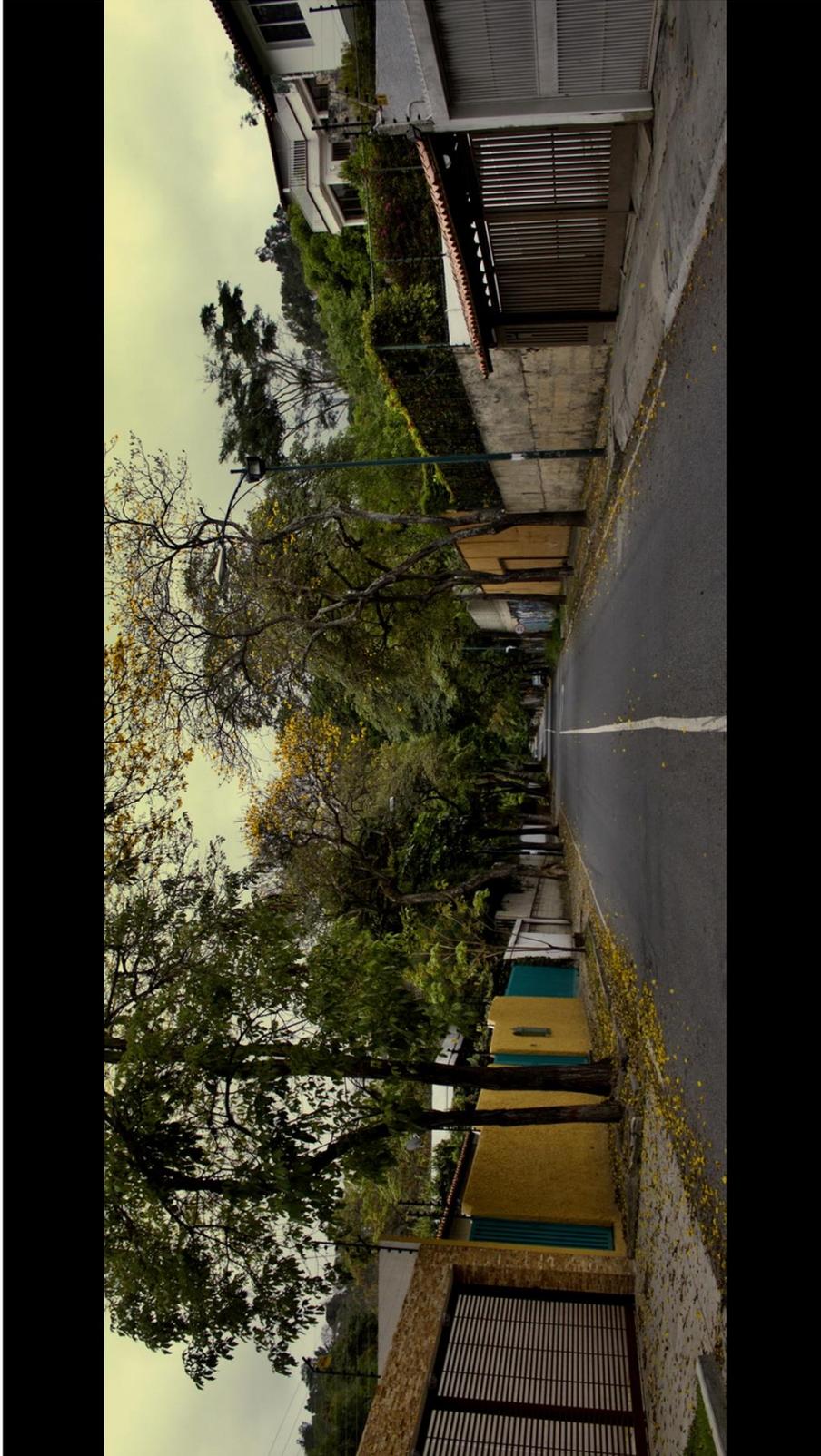
*Figura 37.* Flash del chamán V



*Figura 38.* Vista desde la entrada de Manzanares



*Figura 39.* Flash del chamán VI



*Figura 40.* Vista desde la calle en Prados del Este



*Figura 41.* Flash del chamán VII

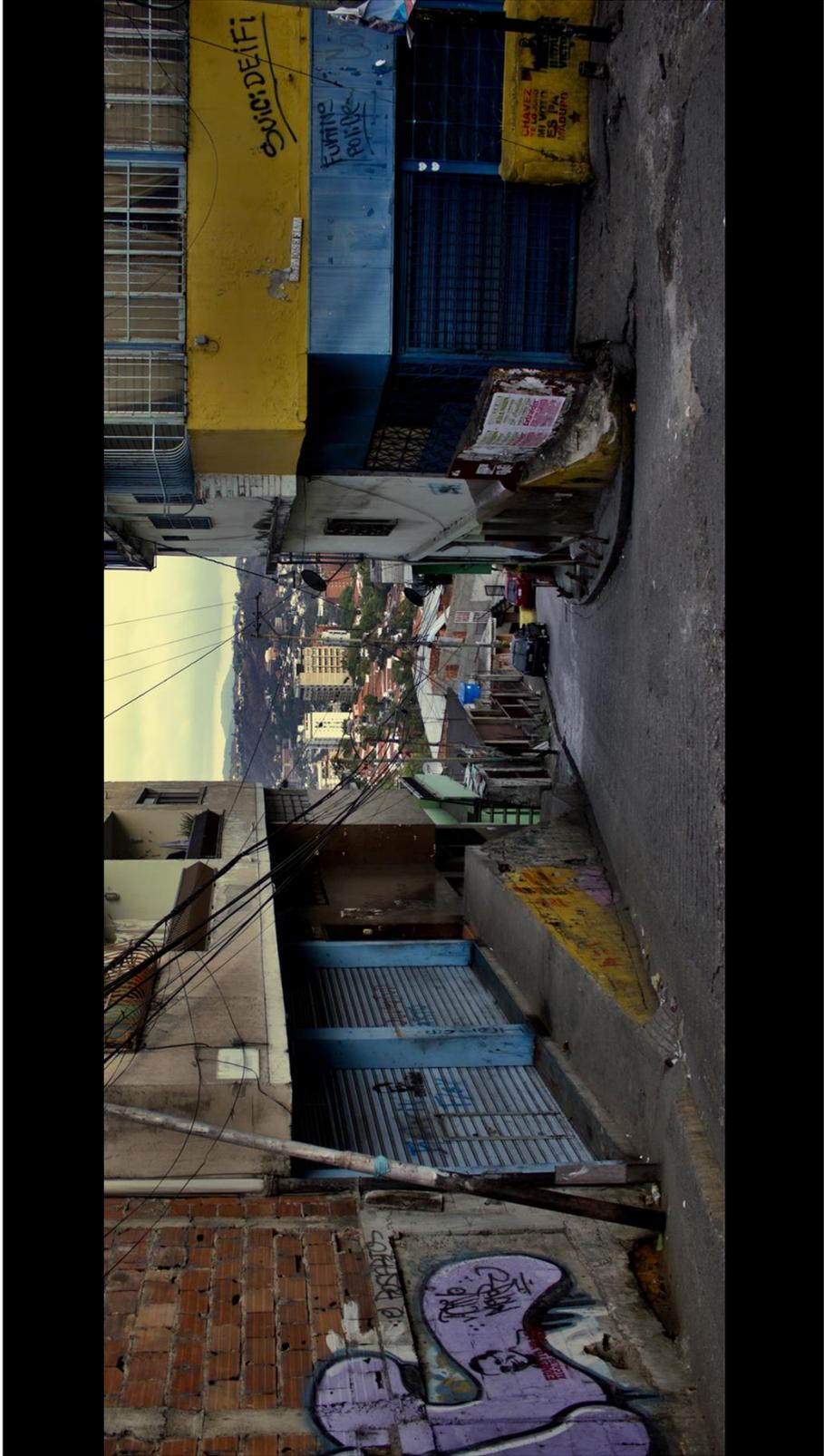
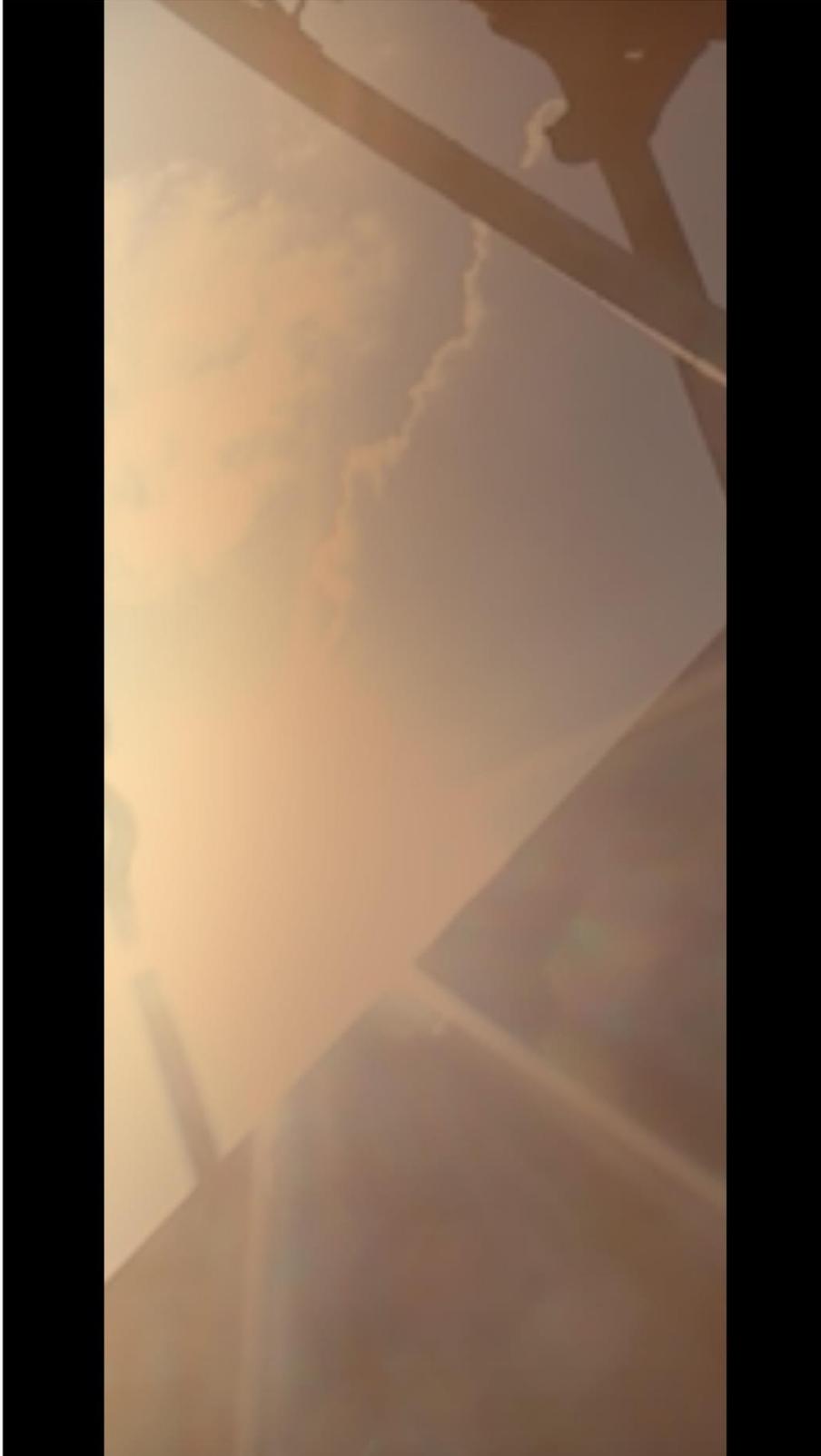


Figura 42. Vista desde la calle en Las Minas de Baruta



*Figura 43. Flash del chamán VIII*



*Figura 44.* Vista desde el terreno en Colinas de Bello Monte



***Los microcortos***

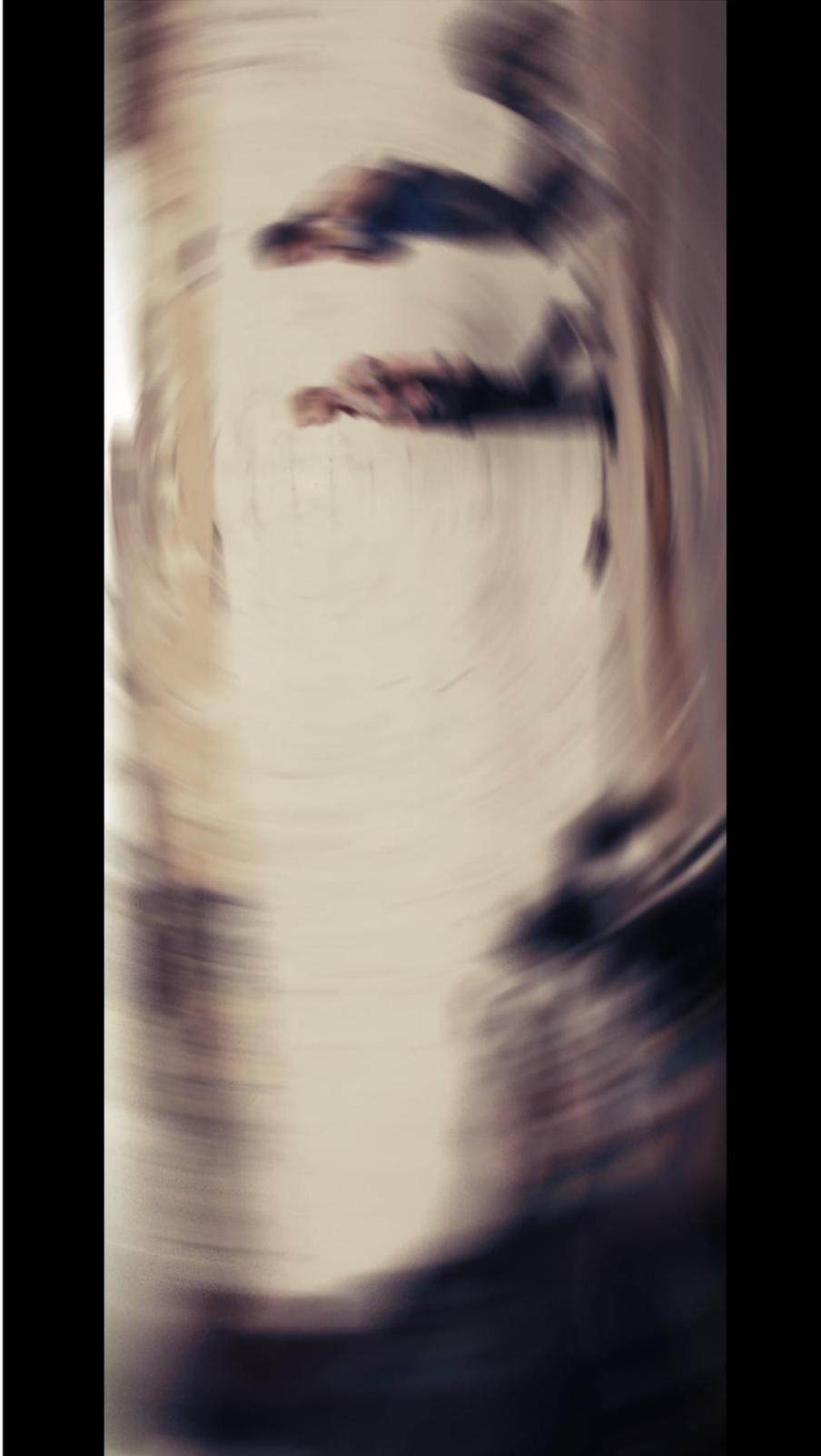
Aunque todo el diseño de la interface de Whatö Digital está orientado a presentar una experiencia cinematográfica de principio a fin –como si la exploración completa fuese dentro de una sola película extendida por toda la ciudad de Caracas–, el contenido más importante, o la razón de ser principal de la plataforma, son los *microcortos*.

Como ya explicamos, estos son piezas audiovisuales de hasta dos minutos de duración, hechas con pocos recursos económicos y humanos, asociadas a un espacio de la capital venezolana, y que tienen algún elemento mágico en su argumento vinculado a la mitología de Whatö. Este es el contenido elemental, nuclear, que va a ser el que conformará la plataforma completa desde sus bases, y el que principalmente va a ser aportado por los colaboradores de la comunidad Whatö.

Cada *microcorto* es una ocasión para expandir la mitología, para vincular sub tramas y arcos secundarios dentro de la gran historia que está ocurriendo simultáneamente en Whatö, o para agregarle detalles a la cualidad de exploración lúdica y descubrimiento, que es lo que se espera que vaya ocurriendo a medida que se sumen aportes. Pero, a la vez, cada *microcorto* es una oportunidad para que su realizador exponga su trabajo, muestre su creatividad de acuerdo a las condiciones de producción establecidas y se conecte con una comunidad de realizadores con afinidades artísticas y gustos similares. También es una oportunidad para transgredir lo que se ha constituido en la misma página, para re imaginar preceptos de la producción cinematográfica y del diseño para la World Wide Web, y para proponer novedades en las fórmulas narrativas, la creación de imágenes, la cinematografía, los efectos especiales, el uso de la música, etcétera.

Cada micro historia ocurre en un momento específico del día que está congelado en el tiempo, durante el cual el visitante hace su “viaje”. Cuando el usuario no ha activado el *switch* en la *vista del Sol rojo*, siempre que ponga el *mouse* encima del vínculo a un *microcorto* verá en qué minuto exacto está ocurriendo esa historia, o esa interacción de los espíritus con el mundo humano.

A continuación se presentará una breve descripción narrativa y unas muestras visuales de cada uno de los *microcortos* de ejemplo que se produjeron para esta muestra piloto de Whatö Digital.



*Figura 45. Mujer en la piedra*

# **MUJER EN LA PIEDRA**

**Hora:** 10:34 am

**Tipo de ser mágico:** Espíritu

**Lugar:** Calle del casco de Baruta

**Duración:** 12 segundos

## **Sinopsis:**

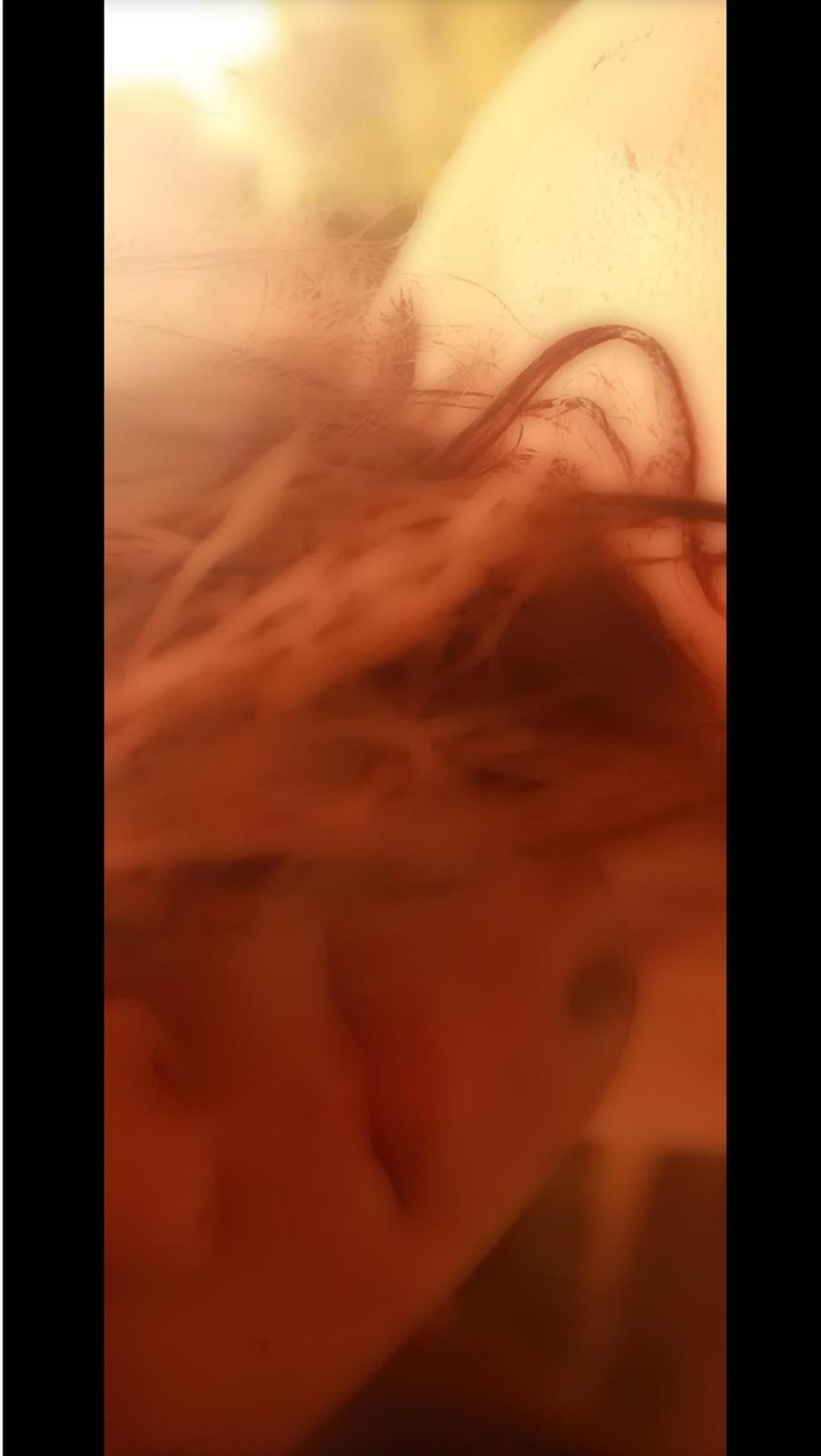
Hace unos 3000 años, un espíritu femenino se durmió en un puñado de arena de una playa de la costa norte venezolana. En una mañana citadina cualquiera, gracias a una combinación específica de ruidos que coinciden al azar, este ser despierta y, al asomarse desde su pedazo de arena, descubre que los humanos la han usado para hacer un bloque de ladrillo que ahora es parte de una pared, lo que hace que ella sea también parte de esa pared.

El espíritu, entre molesto y asustado, pega un grito mágico que paraliza la calle que tienen al frente por menos de un segundo, y luego, sin poder hacer más, se vuelve a esconder en su bloque para dormir por otros tantos miles de años.

La gente que transita la calle nunca se da cuenta de lo que ocurre.



*Figura 46.* Fotogramas de *Mujer en la piedra*



*Figura 47.* Bianke

# **BIANKE**

**Hora:** 9:12 am

**Tipo de ser mágico:** Las Hermanas

**Lugar:** Parque en la entrada de Manzanares

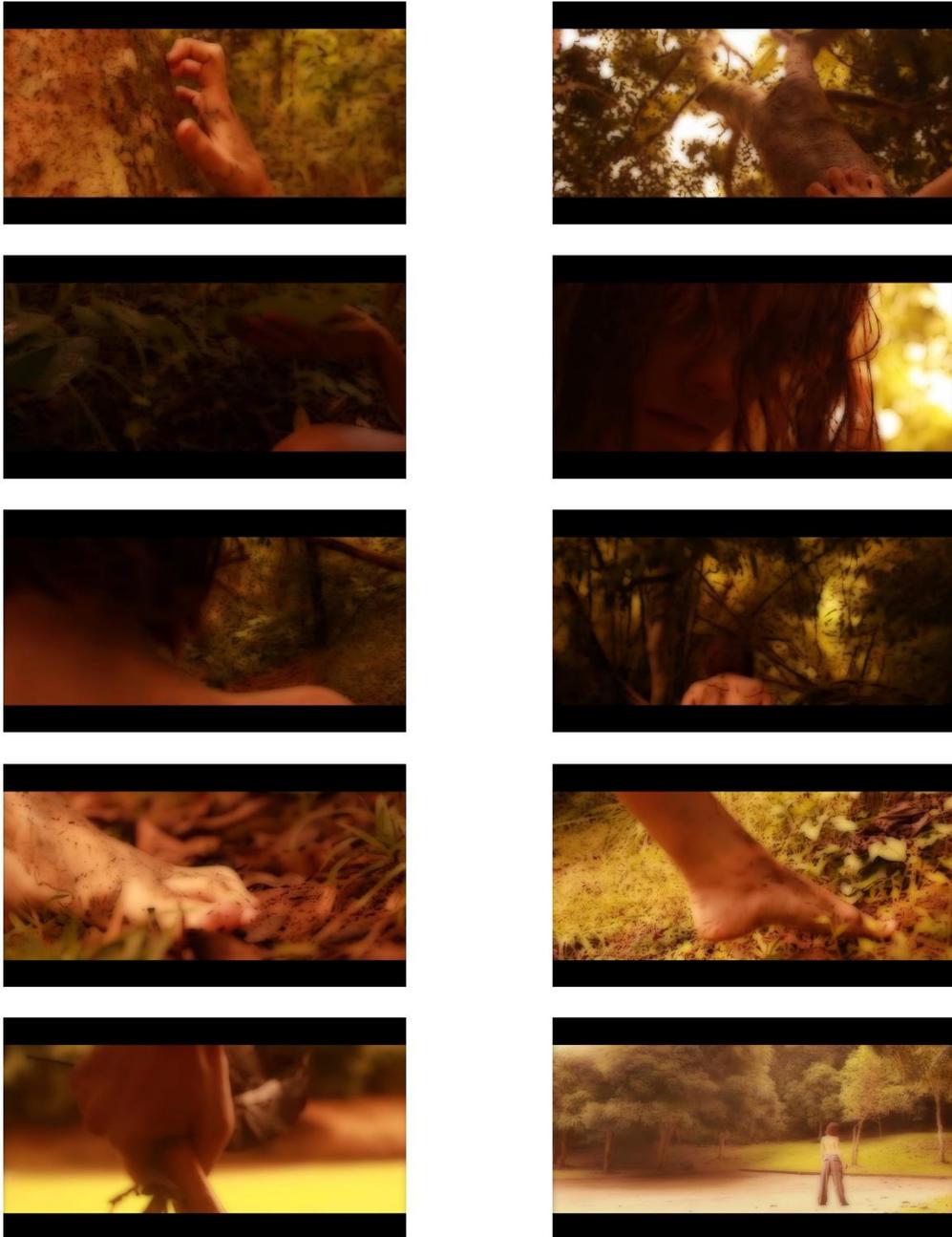
**Duración:** 1:40 minutos

## **Síntesis:**

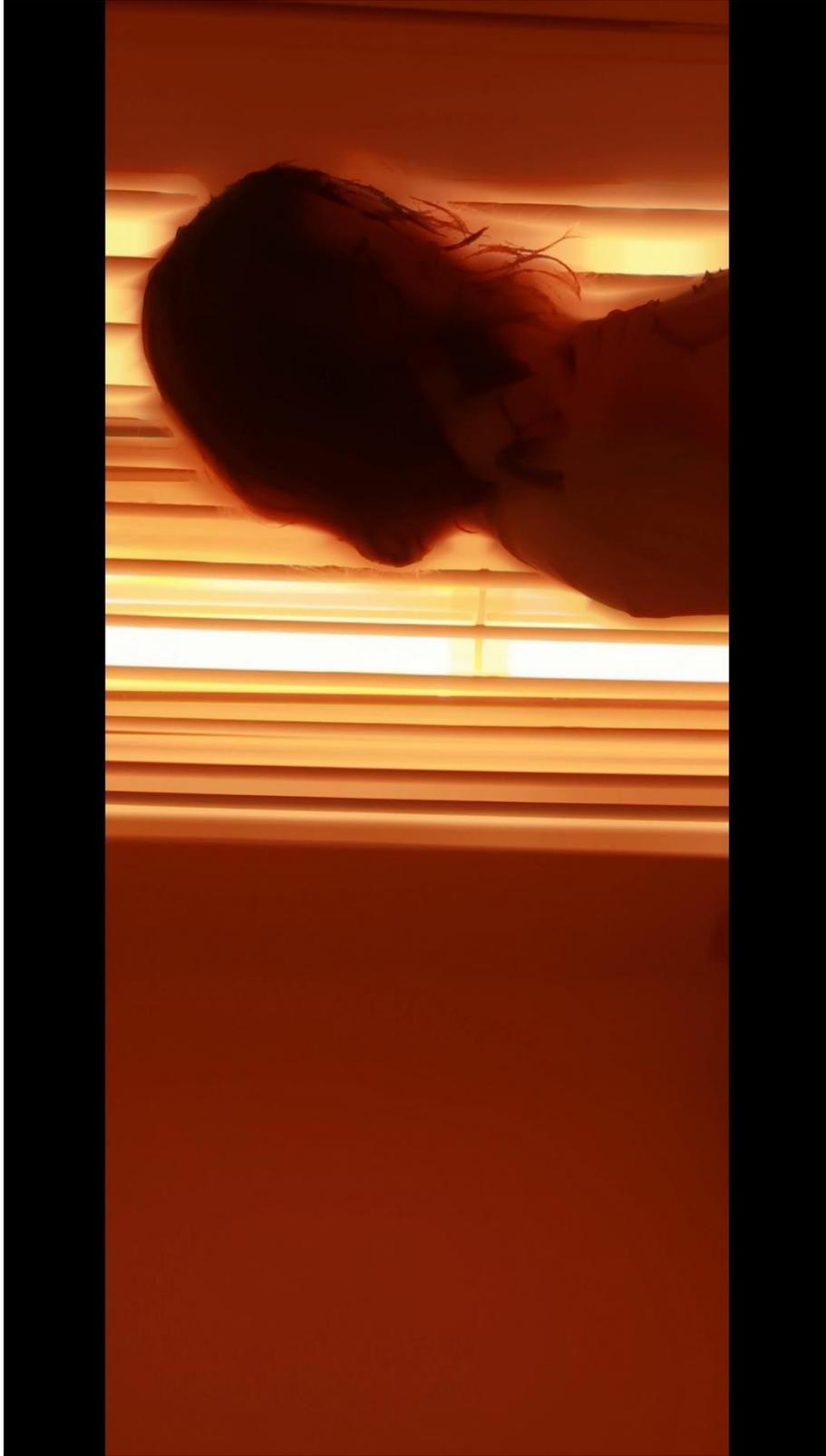
Bianke, una de las tres hermanas mágicas de la mitología de Whatö Digital, renace del barro de un parque ciudadano después de haber sido asesinada unas horas antes por Sangue, otra de las hermanas.

En este lugar, el ser mágico comienza a hacer lo que es parte de su naturaleza: busca prendas de vestir y artefactos que puedan tener espíritus adentro; se limpia el barro con un grifo que consigue oportunamente y nota la presencia de un martillo desechado, del cual se apropia para protegerse.

Cuando, finalmente, consigue unos pantalones adecuados en un montón de basura, Bianke siente muy cerca la presencia de un espíritu poderoso, y determina que este se encuentra en un apartamento de un edificio adyacente.



*Figura 48.* Fotogramas de *Bianke*



*Figura 49. Sangue*

# **SANGUE**

**Hora:** 10:59 am

**Tipo de ser mágico:** Las Hermanas

**Lugar:** Calle en la entrada de Manzanares

**Duración:** 1:38 minutos

## **Sinopsis:**

Después de conseguir algunas prendas más, Bianke llega al apartamento desde donde se emite la presencia del espíritu. La combinación de ambos seres en el mismo espacio genera una distorsión en la composición de las luces.

Bianke busca en varias partes de la casa el artefacto que contiene al otro ser. Este puede ser cualquier cosa, como una cucharilla, un espejo, una almohada o una lámpara.

Al pasar frente a un cuarto, la hermana percibe un evento emocional muy fuerte que ocurrió en las últimas horas ahí adentro. Pensando que el espíritu se puede encontrar en ese lugar, Bianke entra y se consigue con dos cosas: un muchacho asesinado por una bala de rifle, y un pequeño baúl vacío. Ambos descubrimientos le hacen entender que una de sus hermanas ya pasó por esa casa y se llevó el objeto codiciado, dejando solamente una impresión de su esencia.



*Figura 50. Fotogramas de Sangue*



*Figura 51. Ante*

## **ANTE**

**Hora:** 11:02 am

**Tipo de ser mágico:** Las Hermanas

**Lugar:** Calle en la entrada de Manzanares

**Duración:** 1:48 minutos

### **Sinopsis:**

Mientras Bianke se retuerce de angustia y desesperación por la esencia del objeto que no puede poseer, su hermana, Sangue, llega al apartamento y se prepara para dispararle con un rifle desde la cocina.

Bianke nota su presencia antes del disparo y se esconde detrás del lavamanos justo a tiempo. Desde ahí, le grita a su hermana que sabe que esa era la última bala del arma, por el encuentro que tuvieron previamente y la que usó con el humano dueño del apartamento.

La hermana atacada espera el tiempo necesario para controlarse, hasta que decide agarrar el martillo y enfrentar a la otra. Mientras se acerca lentamente al cuarto en el que asume que está Sangue, esta esgrima un cuchillo de cocina repentinamente y le hace siete cortes profundos a la primera.

La vencedora del encuentro limpia el cuchillo del agua que sangra su hermana y lo deja sobre la cama. Sale a recoger el pequeño bulto en el que guardó el objeto que ambas buscaban y se va del apartamento, mientras el cuerpo de Bianke se convierte en un charco de agua.

El ascensor se abre y adentro está Ante, dispuesta a jugar un poco con Sangue antes de matarla.



*Figura 52. Fotogramas de Ante*



*Figura 53. Guitarra*

# **GUITARRA**

**Hora:** 6:47 pm

**Tipo de ser mágico:** Demonio

**Lugar:** Casa en Prados del Este

**Duración:** 1:15 minutos

## **Sinopsis:**

Mientras cae la noche, una joven practica con su guitarra en el patio de su casa. Sin saberlo, en el instrumento vive un ser perverso que presiente la llegada de una persona con malas intenciones.

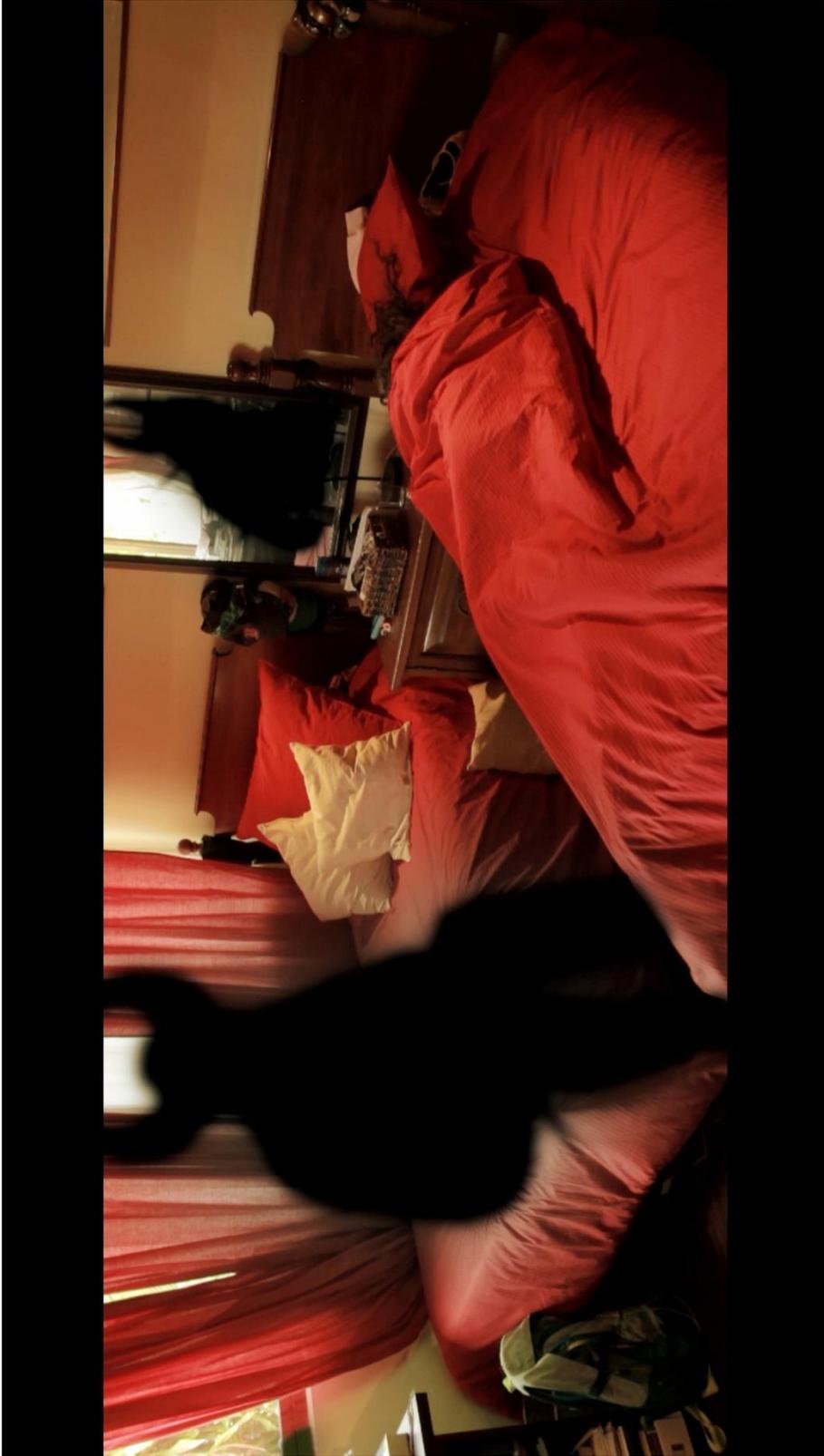
El demonio se prepara para su llegada, reemplazando la esencia de la guitarra con la suya propia, mientras controla la mente de la joven. La amenaza aparece. Es un joven celoso, obsesionado con la guitarrista, que entró a su casa para secuestrarla.

El demonio mueve los dedos de la muchacha para sacar su música maligna poco a poco. Con la última nota, una ráfaga de la esencia del demonio le corta la cabeza al hombre.

La guitarrista comienza a recobrar su consciencia paulatinamente. El demonio la quiere sana y salva para seguir viviendo de la energía que absorbe de la vida de ella.



Figura 54. Fotogramas de Guitarra



*Figura 55. Kor*

# **KOR**

**Hora:** 3:11 pm

**Tipo de ser mágico:** Humanoide

**Lugar:** Casa en Prados del Este

**Duración:** 1:53 minutos

## **Sinopsis:**

Una muchacha lee en un cuarto adyacente al patio de la casa de su abuela, sin percatarse de que hay un ente observándola.

La muchacha, cansada, sube a su cuarto en la casa que está arriba de la de su abuela, y se echa sobre la cama para intentar seguir leyendo. Al rato, escucha que alguien mueve una silla abajo y, extrañada, va asomarse por la ventana, a través de la cual ve a un minotauro envuelto en sombras que se mueven frenéticamente.

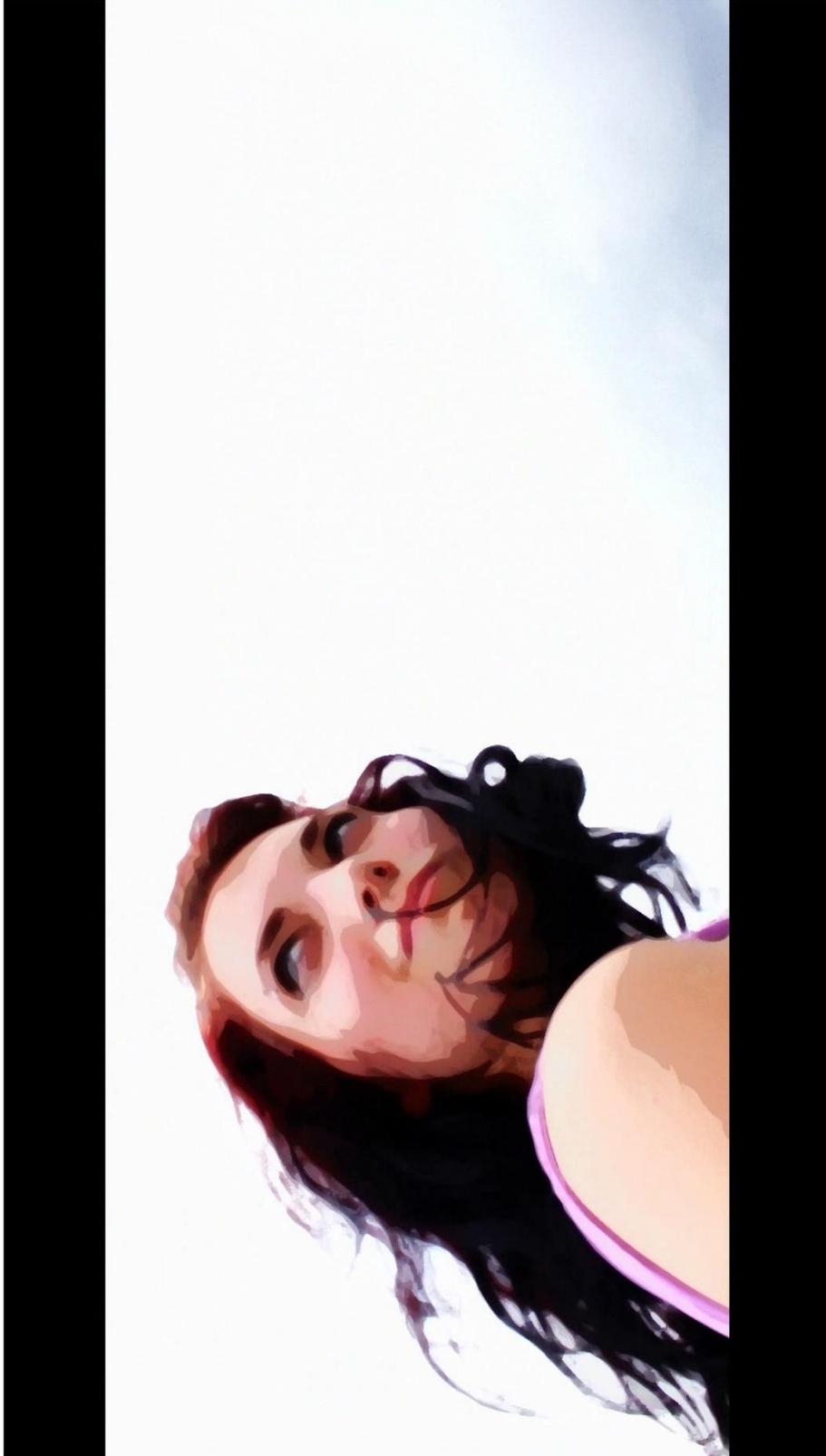
La joven, perpleja, abre la ventana para ver mejor, pero al hacerlo se da cuenta de que el monstruo ya no está. Ella le atribuye la visión al cansancio que tiene y decide irse a dormir.

Unos minutos más tarde, mientras ella descansa profundamente en su cama, el minotauro la observa de cerca. El ente se queda encantado con la joven y decide hacer un gesto de cariño y protección: arroparla, y luego comenzar a cuidarla. Al encontrar un propósito para seguir existiendo, el alma del monstruo –y las sombras que lo cubren– se calma.

Mientras la sigue observando inocentemente, el ente apaga la luz del cuarto con sus pensamientos.



Figura 56. Fotogramas de Kor



*Figura 57. Ault*

# **AULT**

**Hora:** 12:02 pm

**Tipo de ser mágico:** Espíritu

**Lugar:** Edificio en Terrazas del Club Hípico

**Duración:** 1:59 minutos

## **Sinopsis:**

Un poderoso espíritu errante decide retar al espíritu de una nube a un juego de astucia, control y fuerza. Para ello, se posa en la azotea de un edificio y altera un poco la luz del lugar para llamar la atención del ente en el cielo. La nube acepta entrar al juego y materializa una bola de fuego para que se estrelle contra el espíritu en la azotea.

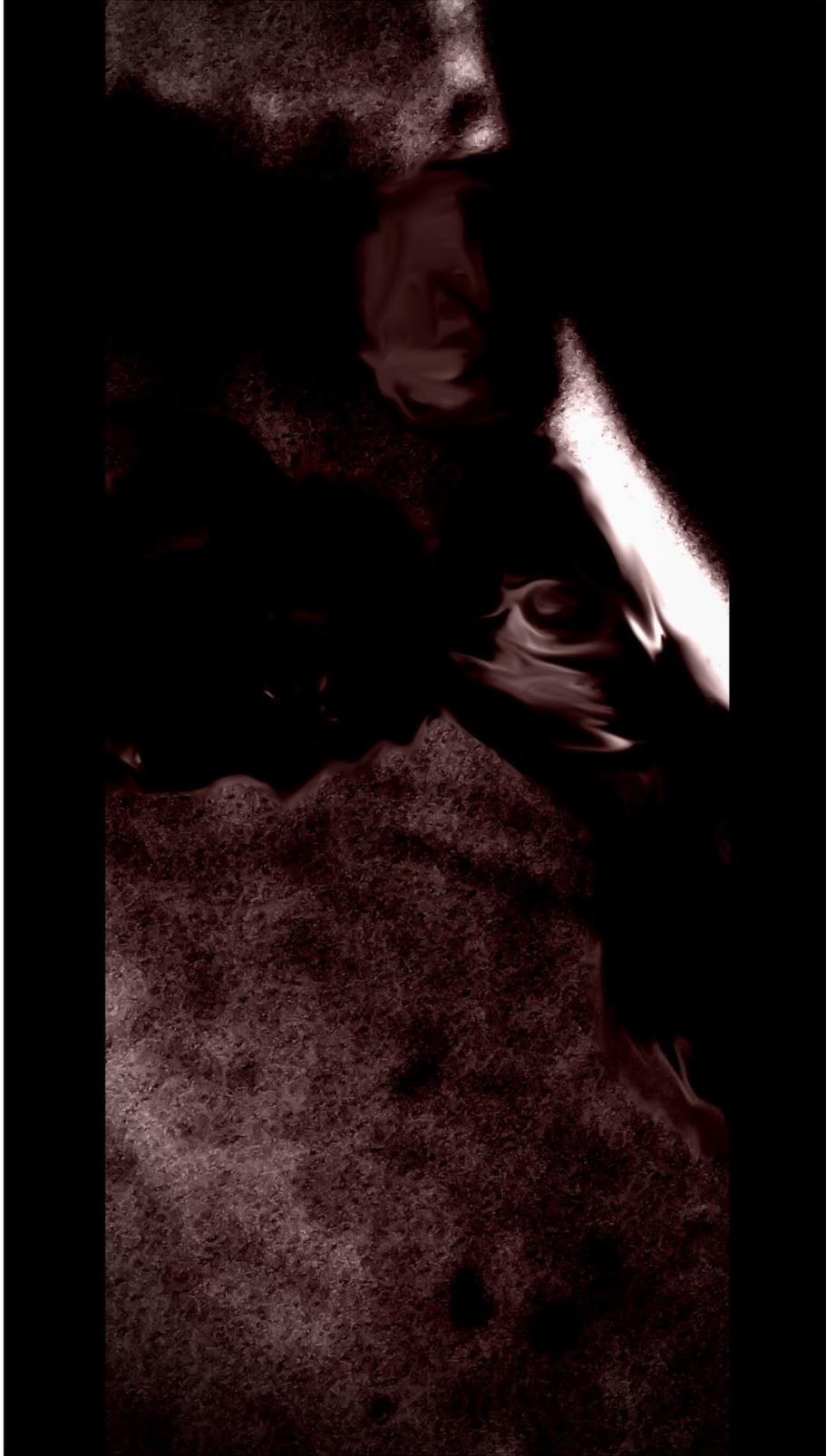
Ambos seres comienzan a competir. El juego consiste en hacer volar la bola de fuego con la suficiente precisión y medida de control para que no se estrelle contra algún obstáculo ni se desvanezca, pero con la suficiente fuerza para dirigirla y quemar al oponente.

Mientras la nube proyecta su esencia a distancia, el espíritu errante pone todo su empeño en una danza que, al parecer, resulta efectiva para controlar las llamas.

El espíritu errante se confía tanto con su juego que, en un intento soberbio de paralizar la esfera de fuego, sin querer, hace que este se apague. La nube se burla de ella, quien, orgullosa hasta al final, le responde con un insulto y un arranque de ira que la hace tele transportarse lejos de ahí.



Figura 58. Fotogramas de Ault



*Figura 59. 81*

# 81

**Hora:** 4:56 am

**Tipo de ser mágico:** Humanoides

**Lugar:** Casa en Las Minas de Baruta

**Duración:** 1:31 minutos

## **Sinopsis:**

Este es el extraño sueño de una señora de 81 años, en el que unos duendes, que se parecen a los que ella se imaginaba cuando era niña, celebran una reunión en el patio de su casa durante la noche.

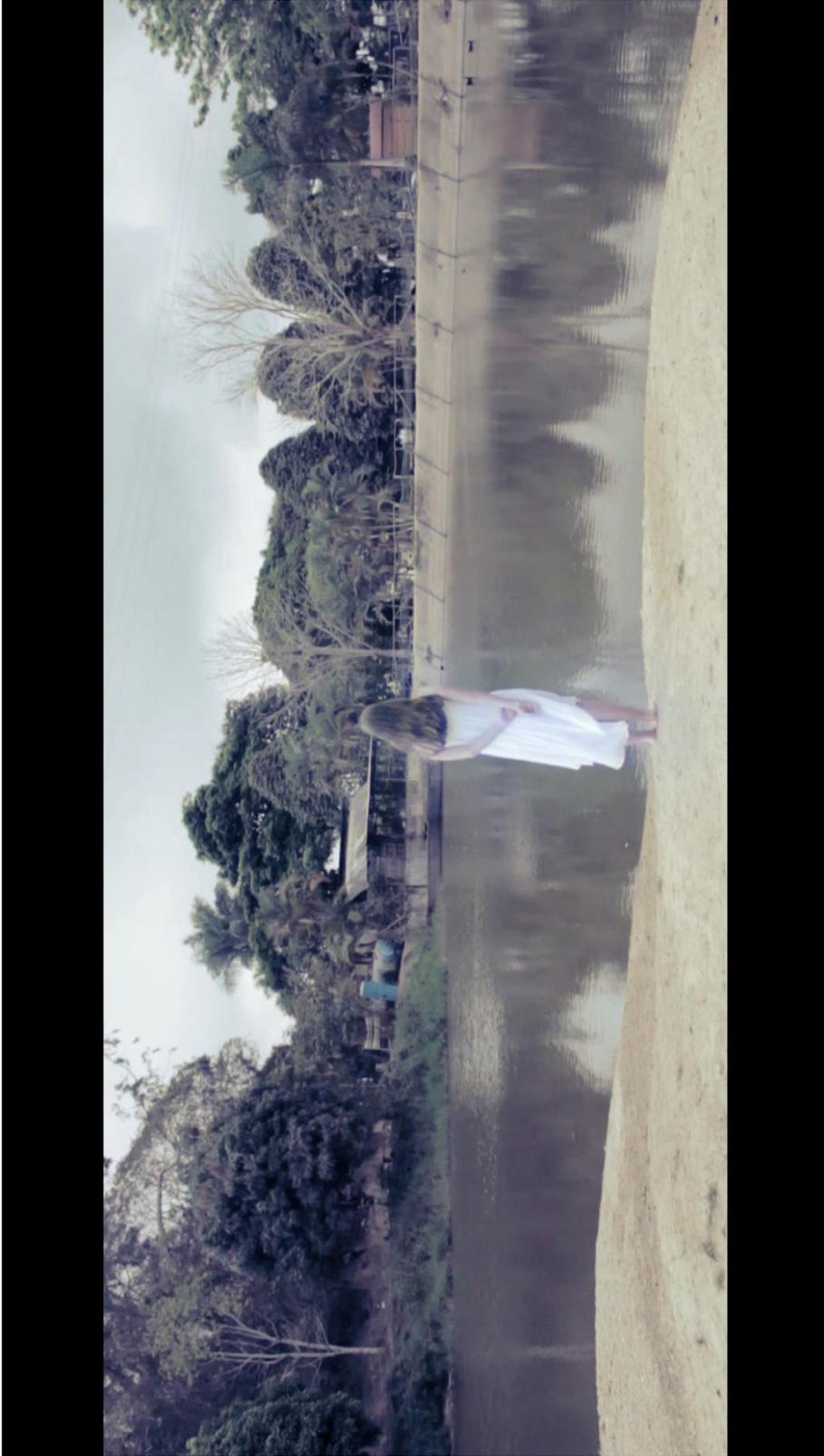
Los pequeños seres van apareciendo uno a uno, se saludan, se abrazan, bailan, se besan y juegan, para luego irse a descansar en algún rincón escondido del lugar.

Alrededor de media hora después de la celebración, uno de los duendes hembra consigue un pote de agua y se pone a beber, sin saber que ese es el del perro de la casa. Casi sin hacerse sentir, el *poodle* ataca, se come al ser mágico y solo deja su pequeño brazo.

La señora nunca sabrá que algo muy similar a lo que estaba soñando había ocurrido esa misma noche, efectivamente, a unos pasos de su cuarto.



Figura 60. Fotogramas de 81



*Figura 61. Eolionimia*

# **EOLIONIMIA**

**Hora:** 7:14 am

**Tipo de ser mágico:** Elementales

**Lugar:** Parque en El Hatillo

**Duración:** 1:59 minutos

## **Sinopsis:**

El avatar de un viento frío sureño decide reposar por unos días en un parque que, al parecer, la gente casi no visita. En el sitio solo viven el anciano que lo cuida y los animales que él mantiene.

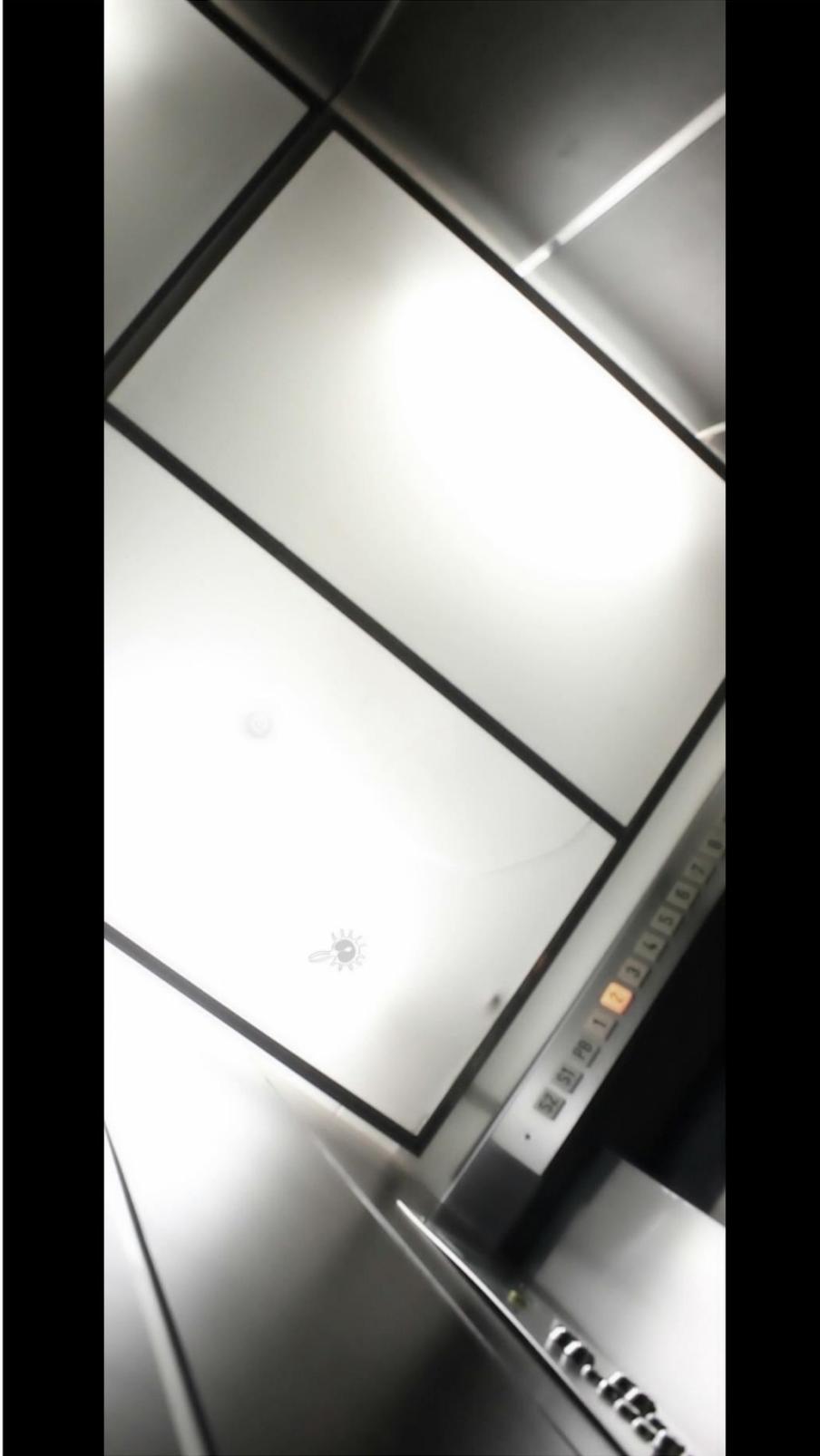
El ser disfruta de todo lo que puede sentir en el mundo terrenal, aprovechando la soledad del lugar, sus colores, sus sonidos y sus texturas. Cuando el viento se emociona mucho, emana una estela de frío concentrado, que desacelera el tiempo en el espacio que abarca.

En la mañana del cuarto día, el avatar escucha la llegada de un grupo de humanos, dos de los cuales vienen agarrados de la mano. Ella los observa, entre celosa por perder el espacio y curiosa por el afecto que se demuestran, hasta que recuerda que debe despejar su presencia del parque para no hacerles daño.

A pesar de que el viento se va, algo de su esencia queda flotando en el ambiente y la muchacha humana percibe el frío, lo que motiva a su novio a abrazarla.



Figura 62. Fotogramas de Eolionimia



*Figura 63. Ascensión*

# ASCENSIÓN

**Hora:** 1:38 pm

**Tipo de ser mágico:** Insectos

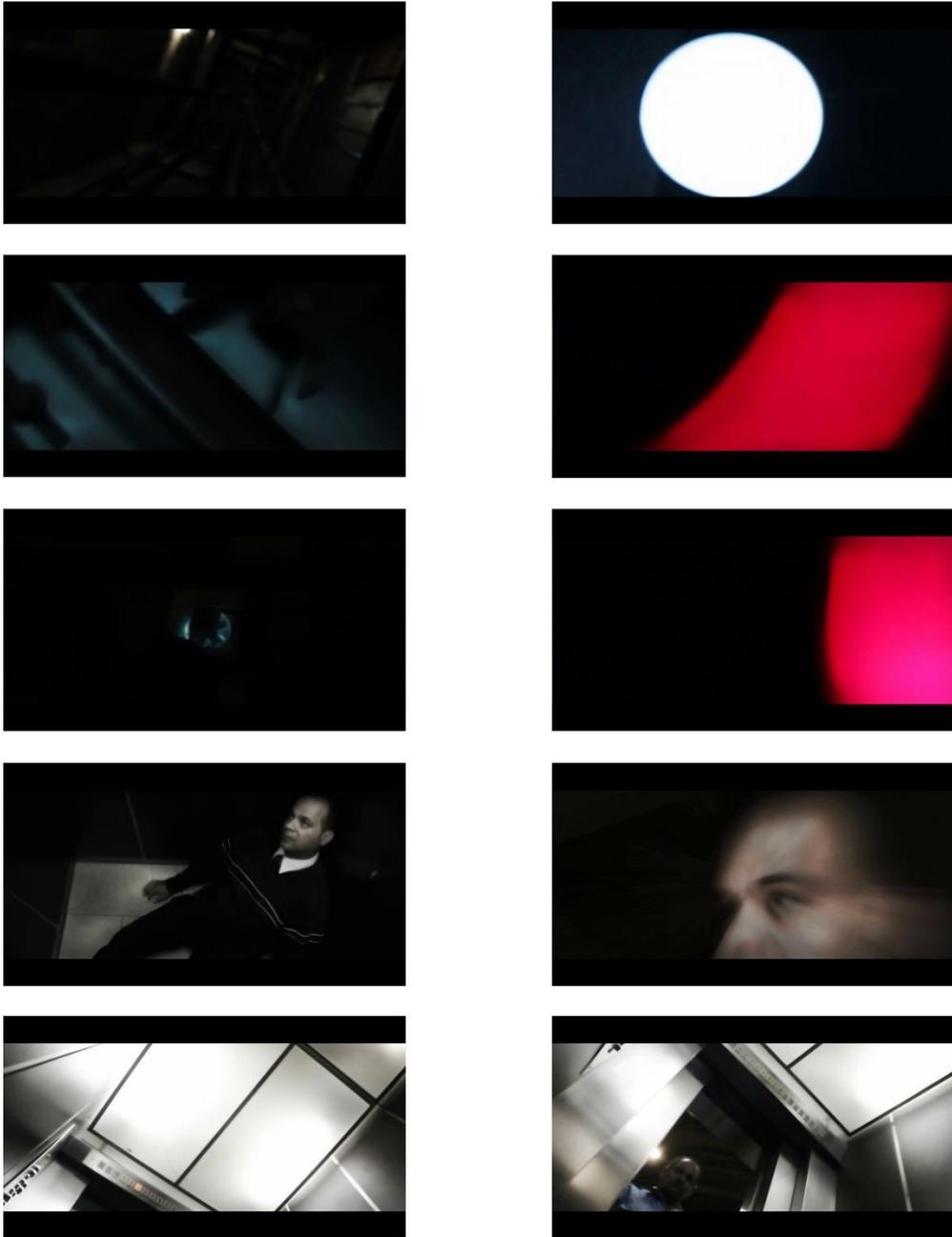
**Lugar:** Edificio en Lomas de Prados del Este

**Duración:** 35 segundos

## **Sinopsis:**

Mientras baja en un ascensor hasta la planta baja de su edificio, un señor tiene un leve infarto que lo tumba al suelo.

Recostado ahí, en la frontera entre la vida y la muerte y con la mirada en la luz del techo, el señor observa cómo se van acercando unos seres diminutos que vuelan a su alrededor, hasta que las puertas se abren y, fortuitamente, entra el vigilante del edificio.



*Figura 64. Fotogramas de Ascensión*

## 6.6 *Lo que falta*

Como hemos visto anteriormente, la norma general de cada página web que sobrevive en el tiempo es seguir adaptándose y cambiando de acuerdo a las nuevas tecnologías y los estilos estéticos y de navegación que van surgiendo. Desde los gigantes como Google y Facebook, hasta páginas más personales, el proceso de evolución es incesante (Fainberg, 2014; Albanesius, 2014).

Para el momento de la entrega de esta investigación ya han surgido varias ideas de cambios y mejoras que, por razones de tiempo, no se pudieron implementar en la muestra. En esta sección haremos un recuento breve de las que consideramos más importantes.

### *HTML5 y dispositivos móviles*

Como explicamos antes, la versión de la muestra que se realizó en Flash quedó descartada y existe una versión en HTML5 que se sigue construyendo actualmente. La última actualización de ésta es la pieza que se está entregando con este documento.

La muestra luego se usará de guía para hacer la versión final de Whatö Digital. Cada una de las piezas audiovisuales se volverá a exportar o comprimir de acuerdo a los diferentes formatos necesarios para los *smartphones* y las *tablets*.

La creación de la estructura HTML5 implica que se está trabajando en una versión de cada elemento para los buscadores web principales: Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Safari y Opera.

Para el momento de esta entrega, el *browser* más compatible con la muestra y el que se recomienda para abrirla es Firefox. También se pueden utilizar Chrome o Internet Explorer, aunque los videos en estos buscadores todavía no tienen la calidad de imagen idónea, y ambos presentan un *bug* cuando se usa el botón de pantalla completa.

### *Webhost .com y un correo propio*

Las averiguaciones para obtener un dominio “.com” ya se han realizado; en los próximos dos meses se pretende comprar el espacio “[www.whatodigital.com](http://www.whatodigital.com)”, cuya disponibilidad sigue abierta para el momento de la entrega de esta investigación; en caso de que este URL sea

adquirido por alguien más, también hay disponibilidad para “[www.whatodigital.net](http://www.whatodigital.net)” y “[www.whatodigital.org](http://www.whatodigital.org)”, en cuyo caso se haría una evaluación entre ambas para saber cuál es la más conveniente de acuerdo a los objetivos del portal.

Para ese entonces ya se habrá adquirido un foro de discusión para la comunidad Whatö, diseñado bajo el mismo estilo de colores e íconos del portal; y una dirección de correo propia, @whatodigital.com, utilizando el servicio de Gmail para direcciones personalizadas.

### *Íconos y diseño*

Existen varios nuevos prototipos de diseños para la mayoría de los íconos y los botones del portal, que son, en general, adaptaciones y mejoras de los que existen para el momento de la entrega. La regla cardinal para estos cambios es que deben siempre partir de la misma inspiración de los petroglifos venezolanos.

En el transcurso de los próximos meses se espera incluir a un diseñador gráfico profesional en el equipo Whatö, que estará encargado de estos detalles. Ya se han hecho conversaciones con algunos interesados en unirse a la producción de esta experiencia.

### *Botones*

Entre las propuestas que existen para mejorar la usabilidad y amigabilidad del portal, la que más se ha hecho evidente es la falta de un botón específico que sirva para pausar los videos y otro que sirva para volver a la vista previa aunque la pieza audiovisual no haya terminado de correr. Estos íconos, entre otros, están en diferentes etapas de desarrollo para ser agregados próximamente.

### *Abrir el círculo*

Para el momento de la entrega de esta investigación hay tres equipos de realizadores audiovisuales, independientes del creador del portal, desarrollando sus propios *microcortos* para ser incluidos en la muestra piloto en HTML5. La primera promoción de la plataforma, como se mencionó antes, se hará personalmente entre grupos de audiovisualistas conocidos por los involucrados en la creación de Whatö, promoviendo, a la vez, un efecto en cadena que vaya generando el rumor necesario; mientras tanto, se hará el registro legal del portal por medio de

Creative Commons, acorde a las expectativas de crecimiento y los objetivos planteados para el mismo.

Cuando existan más de 30 *microcortos* de distintas autorías montados en el portal, se empezará a hacer la promoción entre instituciones culturales, empresas de creativos, y cineastas, productores, diseñadores, fotógrafos y músicos reconocidos del país.

## CONCLUSIONES

Con la realización de esta prueba piloto se ha demostrado que, efectivamente, la democratización de la producción audiovisual ha logrado permitir que una persona común pueda crear un espacio original de cooperación artística, con proyección a tener un alcance de distribución global. Este éxito no solo se refiere a la posibilidad de fundación del espacio virtual en sí, sino también a que una gran parte de los insumos creativos, las herramientas de producción y los instrumentos de aprendizaje (libros, guías, tutoriales y demás) fueron accesibles para el realizador gracias al mismo tipo de tecnología.

Independientemente de si la idea tiene éxito viral o no, creemos que su existencia puede ser una referencia futura a otras exploraciones audiovisuales de la tecnología digital, ya sea como un ejemplo a seguir o como una advertencia sobre aspectos que se pueden mejorar.

Recordamos que el objetivo de este trabajo no fue el de demostrar algún tipo de talento superior por parte de una persona, sino, más bien, fue el de comprobar que cualquier individuo que tenga la voluntad puede agregarle una iniciativa diferente más al proceso constante de desarrollo de los espacios de la comunicación audiovisual.

Para las futuras investigaciones que puedan utilizar este trabajo como referencia, se hace hincapié en la estima que se le tiene a cualquier exploración que busque aprovechar las capacidades de conectar artística y personalmente con otras personas alrededor del mundo, y expresamos la convicción de que la humanidad apenas está tocando la punta del iceberg en cuanto a las oportunidades que brindan las telecomunicaciones modernas.

### *Recomendaciones*

A pesar de que un enfoque secundario de esta investigación se basó en las oportunidades de realización que ofrece la era de la producción digital aunque se disponga de pocos recursos económicos y humanos, consideramos que los resultados se hubieran podido comprobar con el mismo nivel de satisfacción si se hubiese planteado hacer el trabajo con un grupo de dos o tres personas durante todas sus fases. Para cualquier proyecto audiovisual o artístico futuro que pretenda abordar la cantidad de trabajo expuesta en las páginas previas, se recomienda que se deleguen las diferentes áreas de la producción a diferentes colaboradores desde el inicio; por

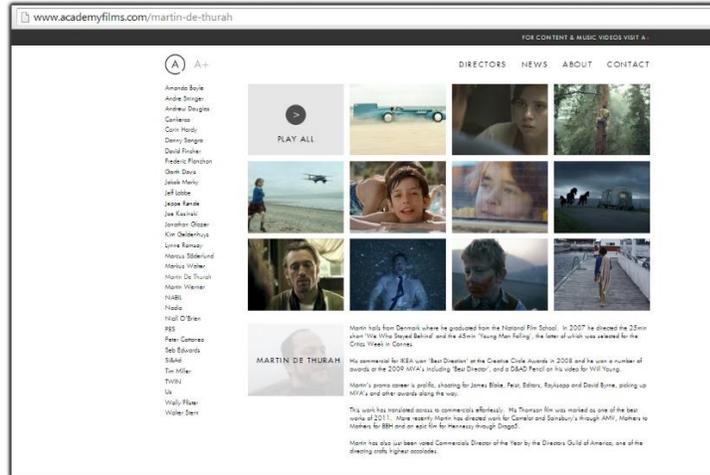
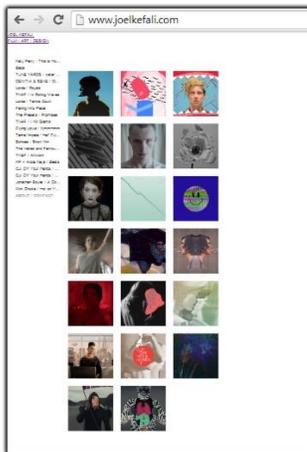
supuesto, siempre y cuando el objetivo explícito no sea el de comprobar lo que una persona sola es capaz de realizar con las tecnologías venideras.

### *Limitaciones*

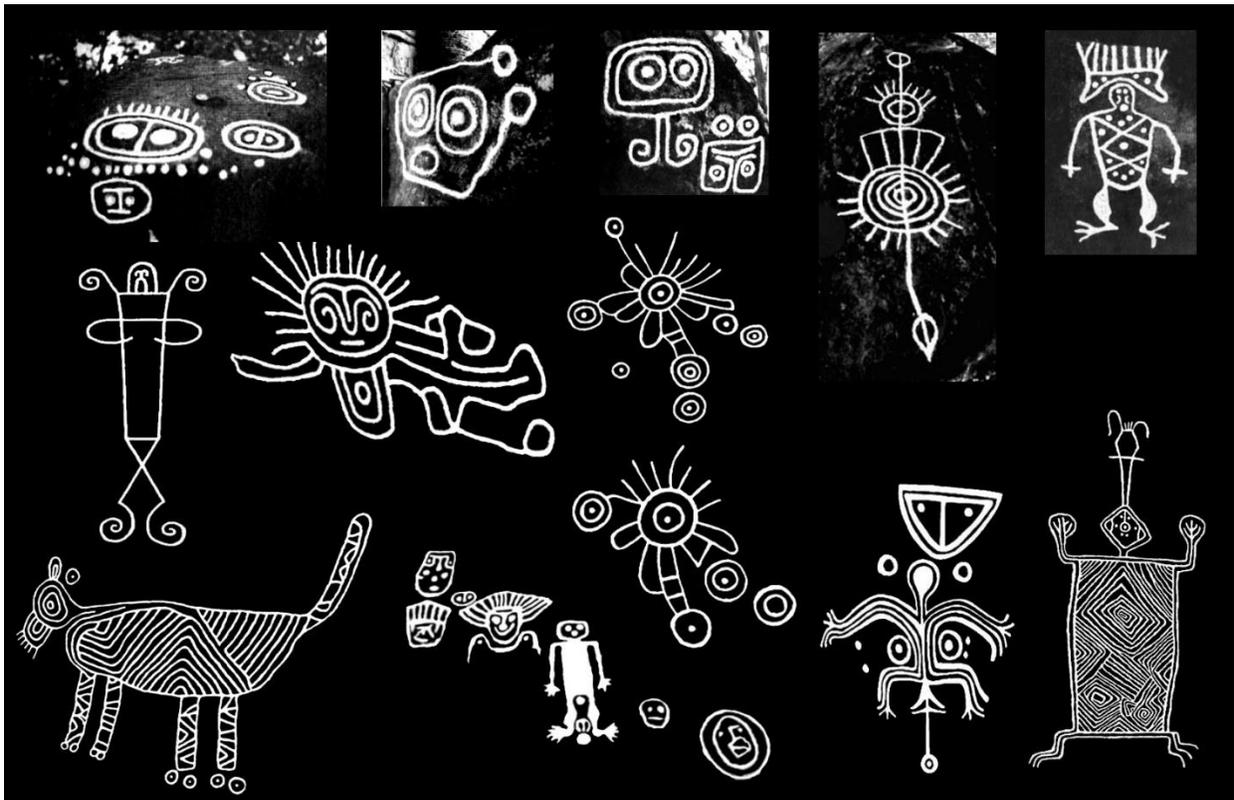
Justamente, considerando lo explicado en el punto previo, el factor tiempo fue el elemento que más entorpeció la eficiencia del trabajo, de acuerdo a como éste fue planificado originalmente. El constante ensayo y error que hubo en los procesos de aprendizaje y aplicación de las tecnologías, aunque fue relativamente rápido para todo lo que se logró, no permitió que el resultado final se culminara en el período de tiempo estipulado en el Proyecto de Grado.

El realizador, en un principio, honestamente creyó que tal cantidad de labor podría ser concluida con un nivel de calidad aceptable en el transcurso de un año y medio. Como es evidente, esta parte de la hipótesis quedó demostrada como no posible de lograr, por lo menos con los recursos de los que dispuso el realizador hasta la fecha en la que hizo la entrega de este trabajo.

# ANEXOS



Anexo 1. Perfiles online de realizadores audiovisuales



Anexo 2. Petroglifos venezolanos

## BIBLIOGRAFÍA

*12 Video Sites That Are Better Than YouTube*. (2010, Febrero 5). Recuperado en diciembre, 27, 2011. <http://www.makeuseof.com/tag/top-12-sites-watch-videos-youtube/>

*Acerca de*. (s.f.). Recuperado en mayo, 12, 2014. <http://www.psychoeconomy.org/portada.html>

*Adobe deja de desarrollar Flash para dispositivos móviles con Android*. (2012, Agosto 15). Recuperado en agosto, 27, 2013. <http://cnnespanol.cnn.com/2012/08/15/adobe-deja-de-desarrollar-flash-para-dispositivos-moviles-con-android/>

Albanesius, C. (2014). *10 Years Later: Facebook's Design Evolution*. Recuperado el 4 de junio de 2014. <http://www.pcmag.com/slideshow/story/320360/10-years-later-facebook-s-design-evolution>

Alves, P. (2012). Por la democratización: una perspectiva histórica sobre el cine digital. *Revista Ícono 14. Volumen 1*. Páginas 120-134.

Animismo (1976). En *Enciclopedia Salvat Diccionario*. (Vol. 1, p. 206). Barcelona, España. Salvat Editores, S.A.

Animismo (1993). En *Enciclopedia Hispánica*. (Reimpresión actualizada). (Vol. 1, p. 354). Kentucky, Estados Unidos. Encyclopaedia Britannica Publishers, Inc.

Argüello Pitt, C. (2009). El nosotros infinito: Creación colectiva y dramaturgia de grupo. *Revista Picadero. Volumen 23*. 47 páginas.

*Azul cielo y blanca*. (2007). Recuperado en mayo, 12, 2014. <http://www.findelmundo.com.ar/azulcielo/>

Bestard Luciano, M. (2011). *Realización audiovisual*. (Primera edición en lengua castellana). Editorial UOC. Barcelona, España. Recuperado diciembre, 5, 2013. <http://books.google.co.ve/books?id=-a8e379GG-kC>

Blanco, P. (s.f.). *La gran invicta*. Recuperado en noviembre, 26, 2012. [http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/301005/aniv52\\_4](http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/301005/aniv52_4)

Bookchin, N. y Shuglin, A. (1999). *Introducción al net.art (1994-1999)*. Recuperado en febrero, 6, 2014. <http://aleph-arts.org/pens/intro-net-art.html>

Brown, R. (2011). *Byte-sized Television: Create Your Own TV Series for the Internet*. (Primera edición). California, Estados Unidos. Michael Wiese Productions.

Burns, R. W. (1998). *Television: an international history of the formative years*. The Institution of Electrical Engineers. Londres, Reino Unido. Recuperado en septiembre, 15, 2013.

<http://books.google.co.ve/books?id=gZcwhVyiMqsC>

Campbell, J. (2004). *The Hero With a Thousand Faces*. (Edición conmemorativa). New Jersey, Estados Unidos. Princeton University Press.

Centro Municipal de Empresas del Ayuntamiento de Gijón (s.f.). *Guía de negocio: producción audiovisual*. Recuperado en enero, 4, 2013.

[http://www.gijon.es/multimedia\\_objects/download?object\\_type=document&object\\_id=91348](http://www.gijon.es/multimedia_objects/download?object_type=document&object_id=91348)

Chance, J. (2001). *Tolkien's Art: A Mythology for England*. (Edición revisada). Kentucky, Estados Unidos. The University Press of Kentucky.

Chilvers, I. (1999/2001). *Diccionario del arte del siglo XX*. (Primera edición). Madrid, España. Editorial Complutense S. A.

Corcuera De Los Santos, M. (s.f.). *Producción Audiovisual I*. Trujillo, Perú. Escuela Superior De Bellas Artes Pública "Macedonio De La Torre".

*Curriculum*. (2011). Recuperado en mayo, 12, 2014.

[http://gustavoromano.org/CV\\_GRomanoESP\\_2011.8.pdf](http://gustavoromano.org/CV_GRomanoESP_2011.8.pdf)

Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. *El profesional de la información. Volumen 19*. Páginas 561-567.

Digital Trends. (2014). *The History of Social Networking*. Recuperado en agosto, 10, 2014.

<http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/>

Eco, Umberto. (1962/1992). *Obra abierta*. (Tercera edición). Barcelona, España. Editorial Planeta-De Agostini S. A.

Edwards, G. (2013). *Inside Bob Dylan's Brilliant 'Like a Rolling Stone' Video*. Recuperado en diciembre, 5, 2013. <http://www.rollingstone.com/music/news/inside-bob-dylans-brilliant-like-a-rolling-stone-video-20131120>

Fainberg, A. (2014). *The Evolution of Google's Iconic Logo*. Recuperado en junio, 4, 2014. <http://gizmodo.com/the-evolution-of-googles-iconic-logo-1582297667>

Fernández Díez, F. y Barco, C. (2009). *Producción cinematográfica: Del proyecto al producto*. Ediciones Díaz de Santos. España. Recuperado diciembre, 5, 2013. <http://books.google.co.ve/books?id=mdJtLBXTNp0C>

Festival de Cine Creative Commons Bogotá. (2014). *¿Quiénes somos? ¡Puro trabajo colaborativo!* Recuperado en mayo, 20, 2014. <http://bogota.festivaldecine.cc/quienes-somos>

Field, S. (1984). *El manual del guionista*. Recuperado en julio, 22, 2011. <http://manualesdecine.files.wordpress.com/2010/03/syd-field-el-manual-del-guionista.pdf>

*Fin del mundo: arte actual desde Argentina*. (s.f.). Recuperado en mayo, 12, 2014. <http://www.findelmundo.com.ar/intro21.htm>

Franco, C. y García, J. (s.f.). *Narrativa hipermediática: los nuevos contenidos para el ciber mundo*. Recuperado en diciembre, 28, 2011. [http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?grup=60&id=508&idoma=es](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=60&id=508&idoma=es)

González, J. (2012). *Kakó Parú (Quebrada de Jaspe), Gran Sabana, Parque Nacional Canaima (Venezuela)*. Recuperado en diciembre, 4, 2013. [http://www.viewat.org/?i=en&id\\_pn=20284&sec=pn](http://www.viewat.org/?i=en&id_pn=20284&sec=pn)

Graham, J. (2006). *Flickr of idea on a gaming project led to photo website*. Recuperado en diciembre, 4, 2013. [http://usatoday30.usatoday.com/tech/products/2006-02-27-flickr\\_x.htm](http://usatoday30.usatoday.com/tech/products/2006-02-27-flickr_x.htm)

Grove, E. (s.f.). *What Is Independent Film?* Recuperado en junio, 2, 2014. <http://www.raindance.org/what-is-independent-film/>

Gustavoromano.org. (s.f.). *Inicio*. Recuperado en mayo, 12, 2014.

<http://gustavoromano.org/index.html>

Harris, A. (2013). *Pharrell's New 24-Hour Video Is the Ultimate Musical Clock*. Recuperado en diciembre, 5, 2013.

[http://www.slate.com/blogs/browbeat/2013/11/21/pharrell\\_happy\\_video\\_24\\_hours\\_of\\_happy\\_first\\_24\\_hour\\_music\\_video\\_stream.html](http://www.slate.com/blogs/browbeat/2013/11/21/pharrell_happy_video_24_hours_of_happy_first_24_hour_music_video_stream.html)

Hoberman, J. (2012). *Underworld U.S.A.: El cine independiente americano*. Buenos Aires, Argentina. Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

*Isla Presidencial, la serie que se burla de los presidentes de Latinoamérica*. (2013, Agosto 26). Recuperado en febrero, 4, 2014. <http://cnnespanol.cnn.com/2013/08/26/isla-presidencial-la-serie-que-se-burla-de-los-presidentes-de-latinoamerica/>

Lardinois, F. (2012). *Adobe Acquires Social Portfolio Platform Behance To Power Its Creative Cloud Community Features*. Recuperado en diciembre, 4, 2013.

<http://techcrunch.com/2012/12/20/adobe-acquires-social-media-platform-behance-to-power-its-creative-cloud-community-features/>

Leiner, Cerf, Clark, Kahn, Kleinrock, Lynch, Postel, Roberts y Wolff. (s.f.). *Breve historia de internet*. Recuperado en diciembre, 26, 2011. <http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet>

Levine, Locke, Searls y Weinberger. (1999). *Manifiesto del Tren de Claves: 95 Tesis*.

Recuperado en septiembre, 12, 2011. <http://tremendo.com/cluetrain/>

*Lightning Piece*. (2000). Recuperado en mayo, 12, 2014.

<http://gustavoromano.org/lightning/1.htm>

Lim, D. (2008). *Instant Nostalgia? Let's Go to the Videotape*. Recuperado en diciembre, 10, 2013. [http://www.nytimes.com/2008/01/27/movies/27lim.html?pagewanted=all&\\_r=1&](http://www.nytimes.com/2008/01/27/movies/27lim.html?pagewanted=all&_r=1&)

López Yépez, A. (1995). *Cine, nuevas tecnologías y documentación cinematográfica*.

Recuperado en septiembre, 8, 2011.

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/cinent.htm>

Lyons, J. y Plunkett, J. (2007). *Multimedia Histories: From the Magic Lantern to the Internet*. Reino Unido. University of Exeter Press.

Maguregui, C. (s.f.). *El teatro y las nuevas tecnologías*. Recuperado en diciembre, 10, 2013. <http://www.educ.ar/sitios/educar/recursos/ver?id=110670>

Marquès Graells, P. (1995). *Introducción al Lenguaje Audiovisual*. Departamento de Pedagogía Aplicada de la Facultad de Educación de la Universidad Autònoma de Barcelona. Recuperado en diciembre, 6, 2013. <http://peremarques.pangea.org/avmulti.htm>

Martínez Abadía, J. (1993). *Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, video, radio*. Ediciones Paidós Ibérica, S. A. Barcelona, España. Recuperado diciembre, 12, 2013. <http://books.google.es/books?id=acBvHVkioVsC>

Martínez Abadía, J. y Fernández Díez, F. (2013). *Manual del productor audiovisual*. (Primera edición digital). Editorial UOC. Barcelona, España. Recuperado diciembre, 5, 2013. <http://books.google.co.ve/books?id=knTBAGAAQBAJ>

Minguell, J. (2010). *La democratización definitiva del cine: Proliferan las películas de bajo coste rodadas con cámaras de fotos*. Recuperado diciembre, 16, 2013. [http://elpais.com/diario/2010/09/09/tendencias/1283983201\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2010/09/09/tendencias/1283983201_850215.html)

Mollá Furió, D. (2012). *La producción cinematográfica: las fases de creación de un largometraje*. (Primera edición en lengua castellana). Editorial UOC. Barcelona, España. Recuperado diciembre, 5, 2013. <http://books.google.co.ve/books?id=5ca-6KHjCboC>

Montero, J. y Rodríguez, A. (2005). *El cine cambia la historia*. (Primera edición). Madrid, España. EDICIONES RIALP, S. A.

Morrow, J. (2013). *Can You Make a Living on YouTube? If You're One of the Top 1000 Channels Making \$23,000/Mo You Can*. Recuperado en agosto, 26, 2013. <http://nofilmschool.com/2013/06/make-living-on-youtube-infographic/>

Mulvey, L. (2007). Foreword. J. Lyons y J. Plunkett. *Multimedia histories: From the Magic Lantern to the Internet*. Reino Unido. University of Exeter Press.

- Obeson, T. A. (2013). *How Do You Define Independent Film?* Recuperado en diciembre, 12, 2013. <http://blogs.indiewire.com/shadowandact/how-do-you-define-independent-film>
- Pajares, S. (1997). *Las posibilidades de la narrativa hipertextual*. Recuperado en diciembre, 28, 2011. [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero6/s\\_pajare.htm](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero6/s_pajare.htm)
- Palacios, H. (2014). *¿Cómo evaluar un buen Diseño Web?* Recuperado en mayo, 15, 2014. <http://smartappsla.com/site/p1056/951/>
- Pardo, A. (2014). *Fundamentos de Producción y Gestión de Proyectos Audiovisuales*. (Primera edición). Ediciones Universidad de Navarra, S.A. Navarra, España (EUNSA). Recuperado marzo, 3, 2014. <http://books.google.co.ve/books?id=COSTAgAAQBAJ>
- Peck, M. (2014). *Top 5 viral advertising trends of 2013 – What comes next?* Recuperado en mayo, 15, 2014. <http://viraladnetwork.joinvan.com/blog/2014/top-5-viral-advertising-trends-of-2013-what-comes-next/>
- Poniewozik, J. (2012). *Go Ahead, Binge-Watch That TV Show*. Recuperado en diciembre, 10, 2013. <http://entertainment.time.com/2012/07/10/go-ahead-binge-watch-that-tv-show/>
- Pons, A. (2014). *El curioso caso de Casey Neistat*. Recuperado en mayo, 10, 2014. <http://innovacionaudiovisual.com/2014/04/29/el-curioso-caso-de-casey-neistat/>
- Prada, J. (s.f.). *El net.art, o la definición social de los nuevos medios*. Recuperado en febrero, 6, 2014. [http://aleph-arts.org/pens/definicion\\_social.html](http://aleph-arts.org/pens/definicion_social.html)
- Real Academia Española (RAE) (s.f.). Audiovisual. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en julio, 21, 2011. <http://lema.rae.es/drae/?val=audiovisual>
- Real Academia Española (RAE) (s.f.). Producción. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en julio, 21, 2011. <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=producci%C3%B3n>
- Real Academia Española (RAE) (s.f.). Producir. *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en julio, 21, 2011. <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=U1TJ7IfzFDXX2YQRhPwc>

- Rosenberg, A. (2012). *The New York Television Festival And The Future Of Indie TV*. Recuperado en diciembre, 12, 2013. <http://thinkprogress.org/alyssa/2012/10/31/1114251/new-york-television-festival/>
- Sadoul, G. (1967/2004). *Historia del cine mundial: desde los orígenes*. (Decimonovena edición en español). Siglo xxi editores, s.a. de c.v. México.
- Sánchez Navarro, J. (2006). *Narrativa audiovisual*. Editorial UOC. Barcelona, España. Recuperado en diciembre, 6, 2013. <http://books.google.co.ve/books?id=y5UHuCxv3CkC>
- Schultz, M. (s.f.). *El concepto de arte colaborativo: Civilización de la imagen, los riesgos del simulacro*. Recuperado en enero, 5, 2013. <http://www.martagonzalezobras.com.ar/concepto.html>
- Sheldon, K. (2012). *Why Short-Form Video is the Future of Marketing*. Recuperado en diciembre, 16, 2013. <http://www.fastcompany.com/1843289/why-short-form-video-future-marketing>
- Sierra, G. (s.f.). *Fascículo 6: Producción Audiovisual, Cuaderno 2: Principios básicos del lenguaje audiovisual*. Proyecto Conectar Igualdad. Recuperado en diciembre, 6, 2013. [http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/produccion\\_audiovisual\\_3.pdf](http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/produccion_audiovisual_3.pdf)
- Stuart, J. (2011). *From 'Drive' to 'Melancholia', Here's Why 2011 Marked a Shift In the History of Cinematography*. Recuperado en diciembre, 10, 2013. <http://www.indiewire.com/article/from-drive-to-melancholia-heres-why-2011-marked-a-shift-in-the-history-of-cinematography>
- Suárez, C. (2004). *El contenido simbólico de los petroglifos en Venezuela*. Recuperado en agosto, 28, 2013. <https://carlossuarez1966.files.wordpress.com/2011/03/contenidos-simbolicos-de-los-petroglifos-en-venezuela.pdf>
- Suddath, C. (2009). *A Brief History of the Internet*. Recuperado en diciembre, 26, 2011. <http://content.time.com/time/arts/article/0,8599,1874608,00.html>
- The IP Poetry Project*. (2012). Recuperado en mayo, 12, 2014. <http://ippoetry.net/>
- Time Notes*. (s.f.). Recuperado en mayo, 12, 2014. <http://gustavoromano.org/romano.htm>

Tolkien, J. R. R. (1977/1993). *El Silmarillion*. (Primera edición de bolsillo). Barcelona, España. Ediciones Minotauro.

Valles, J. (2008). *Teoría de la narrativa: una perspectiva sistemática*. Madrid, España. Editorial Iberoamericana.

ViewAt.org. (s.f.). *¿Qué es esto?* Recuperado en enero, 4, 2013.  
<http://www.viewat.org/?i=es&sec=how>

Vogler, C. (2002). *El viaje de un escritor*. Madrid, España. Editorial Ma Non Troppo.

Weffer, L. (2012). *Luidig Ochoa no es comiquita*. Recuperado en febrero, 4, 2014.  
<http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/sucesos/luidig-ochoa-no-es-comiquita.aspx>

*Wikipedia survives research test*. (2005, Diciembre 15). Recuperado en diciembre, 28, 2011.  
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4530930.stm>

Wilmore, A. (2012). *The Search for Indie TV at SXSW*. Recuperado en diciembre, 12, 2013.  
<http://www.indiewire.com/article/television/the-search-for-indie-tv>

Wilson, R. (2013). *5 Examples of Brands Using Short Form Content*. Recuperado en diciembre, 16, 2013. <http://www.ignitesocialmedia.com/social-media-trends/examples-brands-short-form-content-use/>

Wolchover, N. (2011). *How Accurate Is Wikipedia?* Recuperado en diciembre, 28, 2011.  
<http://www.livescience.com/32950-how-accurate-is-wikipedia.html>

Young, P. (2006). *The Cinema Dreams Its Rivals: Media Fantasy Films from Radio to the Internet*. (Primera edición). Minnesota, Estados Unidos. University of Minnesota Press.

## *Referencias digitales*

<http://art.teleportacia.org/exhibition/stellastar/>

<http://artport.whitney.org/collection/DouglasDavis/live/Sentence/sentence1.html>

<http://bigthink.com/>

<http://blip.tv/>

<http://canalcultura.org/>

<http://fourclops.com/>

<http://gustavoromano.org/>

<http://ippoetry.net/>

<http://lifeaccordingtosam.com/>

<https://mejorando.la/>

<http://museografo.com/>

<http://netartnet.net/>

<http://smartappsla.com/>

<http://thisisdsk.com/>

<http://truetu.be/>

<http://video.bobdylan.com/desktop.html>

<https://vimeo.com/>

<http://worldcinemafoundation.org/>

<http://www.5minmedia.com/>

<http://www.academyfilms.com/martin-de-thurah>

<http://www.artishock.cl/>

<http://www.awwwards.com/>

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

<http://www.cluetrain.com/>

<http://www.dailymotion.com/es>

<http://www.deviantart.com/>

<http://www.elchiguirebipolar.net/>

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

<https://www.flickr.com/>

<https://www.google.com/maps/views/>

<http://www.hulu.com/>

<http://www.ideastap.com/>

<http://www.joelkefali.com/>

<https://www.kickstarter.com/>

<http://www.liveleak.com/>

<http://www.losmejorescortos.com/>

<http://www.metacafe.com/>

<http://www.moonmoonmoonmoon.com/#sphere>

<http://www.motorhueso.net/degenerativa/>

<https://www.pinterest.com/>

<http://www.psychoeconomy.org/>

<http://www.rebeccabarry.com.au/>

<http://www.saber.ula.ve/iconos/jonuelbrigue/>

<http://www.verkami.com/>

<http://www.survivetheblackout.com/>

<http://www.viewat.org/>

<http://www.ted.com/>

<http://www.wearefromla.com/>

<http://www.thisshell.com/>

<http://www.wga.hu/>

<http://www.timenoteshouse.org/>

<http://www.wikipedia.org/>

<http://www.venezuelaencorto.com/>

<https://www.youtube.com/>