

**La aplicación de las herramientas transmedia para la creación de la serie web de ficción  
rural en Colombia Historias Con Sombrero  
Capítulo piloto: Isabel**

Edwin Duván Hernández Niño  
María Alejandra Benavides López  
Natalia Valentina Hernández Barrios

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Artes, Comunicación y Cultura  
Programa Cine y Televisión  
Bogotá, D.C.

2021

**La aplicación de las herramientas transmedia para la creación de la serie web de ficción  
rural en Colombia Historias Con Sombrero  
Capítulo piloto: Isabel**

Edwin Duván Hernández Niño  
María Alejandra Benavides López  
Natalia Valentina Hernández Barrios

Director  
Yamid Galindo

Trabajo de grado para optar al título en Cine y Televisión

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Artes, Comunicación y Cultura  
Programa Cine y Televisión  
Bogotá, D.C.

2021

## **Dedicatoria**

*A todos aquellos que fueron parte del proceso de investigación y creación, que sembraron en nosotros la pasión por contar historias.*

## **Agradecimientos**

A Yamid Galindo, por su acompañamiento en la investigación.

A Jhonier Aristizábal, por su guía en la etapa inicial del proyecto.

A Darío Rojas, por su orientación en el proyecto.

A Oscar pinilla, por su ayuda durante el proyecto.

## **Resumen**

La creación audiovisual ha ido evolucionando, innovando e integrándose a las nuevas formas de contar historias, prueba de esto es la convergencia en los medios de comunicación nuevos y tradicionales, de este proceso aparece el término transmedia, en esta investigación se procurará encontrar una definición concreta de todo lo que abarca el fenómeno transmediático y las diferentes herramientas en la expansión de relatos. Para analizar a fondo estos elementos, la investigación toma como base de análisis los seriados webs: Cuentos de viejos Dematei M (2013), Campo justo Raigoza M (2015) y Tonada al Viento Posada S (2020), para así aplicarlos en el desarrollo de una serie web transmedia.

*Palabras clave:* Transmedia, serie web, convergencia, multimedia, nuevos medios, animatic.

## **Abstrac**

Audiovisual creation has been evolving, innovating, and integrating into new ways of telling stories, proof of this is the convergence in new and traditional media, from this process the term transmedia appears, in this research a concrete definition of everything that encompasses the transmediatic phenomenon and the different tools in the expansion of stories will be given. To thoroughly analyze these elements, the research takes as a basis of analysis the web series: Cuentos de Viejos Dematei M (2013), Campo Justo Raigoza M (2015) and Tonada al Viento Posada S (2020), in order to apply them in the development of a transmedia web series.

*Keyword:* Transmedia, web series, convergence, multimedia, new media, animatic.

## Tabla de contenido

Capítulo I – 1. Tema o síntesis del proyecto.....	9
2. Problema de investigación .....	10
2.1. Planteamiento del problema.....	10
2.2. Formulación del problema .....	11
2.3. Descripción del problema.....	11
3. Justificación del proyecto .....	13
4.    Objetivos del proyecto .....	14
4.1 Objetivo general .....	14
4.2 Objetivos específicos .....	14
4.3    Delimitación del problema .....	14
5    Marcos de referencia .....	15
5.1. Marco histórico .....	15
5.1.1. Cronología internacional.....	15
5.2. Estado del arte.....	19
5.3. Marco teórico .....	22
5.3.1. Series web y su narrativa.....	22
5.3.2. Narración transmedia.....	23
5.3.3. Narrativas en los nuevos medios. ....	24
5.3.4 Narración serial. ....	25
5.3.5. Convergencia.....	25
5.3.6. Multimedia. ....	26
5.3.7. Animatic.....	26
6.    Metodología .....	28
Fase 1.....	28
Fase 2.....	29
Fase 3.....	29
7.    Capítulo II .....	31
Análisis de obras.....	31
Cuentos de viejos .....	32
Campo justo .....	35
Tonada al viento .....	39
8.    Capítulo III .....	44

Proceso de realización capítulo piloto “Isabel” de historias con sombreado .....	44
Conclusiones.....	59
9. Referencias .....	60
10. Anexos .....	63
Anexo 1. Entrevista al profesor Darío Rojas.....	63
Anexo 2.....	65
Entrevista de Mario Raigoza director del proyecto Campo Justo .....	65
Anexo 3.....	72
Entrevista Sebastián Patino Productor cuentos de viejo. ....	72



## Capítulo I – 1. Tema o síntesis del proyecto

Esta investigación aborda el tema de la ruralidad en Colombia a través de la *Serie Web*<sup>1</sup> y cómo esta utiliza el componente *transmedia*<sup>2</sup> para contar este tipo de historias que apoyan y profundizan un sector tan arraigado en nuestra cultura, de este modo haremos una revisión de las principales series web realizadas en Colombia para establecer cómo son aplicadas distintas herramientas transmedia para la realización y el tratamiento del capítulo piloto en formato animatic de una serie web con temáticas rurales.

---

<sup>1</sup> Con la aparición de la webserie, a comienzos del siglo XXI, una nueva posibilidad de acceso a las producciones se dio para las personas, a nivel general. Este formato surgió como una alternativa al seriado de ficción televisivo tradicional y se estableció como una posibilidad para los realizadores audiovisuales. (Hernández, 2019)

<sup>2</sup> Expresiones como multiplataforma, crossmedia o transmedia se utilizan con frecuencia para designar esta tipología de proyectos a los que se puede acceder desde diferentes plataformas con contenidos adecuados al lenguaje-forma de cada una de ellas (audiovisuales, textuales, hipertextuales, multimedia...). (Scolari, Don Quixote of La Mancha: Transmedia storytelling in the grey, 2014)

## 2. Problema de investigación

La serie web es un formato útil y práctico para contar historias, pero el factor transmedia permite ampliar y expandir las posibilidades en cuanto a la narrativa de un contenido, el componente transmedia permite una conexión, participación e información inmediata con el usuario y este así puede ampliar su espectro de experiencias investigativas y comunicativas mediante los productos y formatos que apuestan y exponen narrativas de la Colombia rural.

### 2.1. Planteamiento del problema

Desde el surgimiento y desarrollo de la *Web 2.0*<sup>3</sup> que posibilitó una mayor interacción entre el usuario y la web, se empezaron a generar diferentes tipos de contenidos. Uno de estos es la serie web que consiste en un formato narrativo audiovisual de ficción y/o documental, creado para la distribución de contenidos a través de la internet. La serie web se ha convertido en una herramienta de narrativa de carácter social y tecnológica que ha generado una nueva forma de desligarse de los medios convencionales y las antiguas técnicas de hacer televisión en Colombia, su concepción hasta el presente y su reciente auge en Colombia ha logrado generar un paradigma en la forma como se cuentan las historias haciendo una hibridación entre narrativas audiovisual y tecnologías de comunicación.

Con la *convergencia*<sup>4</sup> que se dio entre los medios tradicionales con los nuevos, no solo supone un cambio netamente tecnológico a lo que refiere a métodos de reproducción o consumo, sino también a las nuevas narrativas cuando un producto audiovisual no se piensa para un solo espacio en específico, sino que se expande, de ahí el término transmedia que es definido como “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013, P.46) esto muestra que la transmedia brinda una diversificación en los medios y plataformas, abriendo nuevos espacios para la expansión de las historias, y dando paso a la participación del espectador.

---

<sup>3</sup> La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio. (Van Der Henst, 2005)

<sup>4</sup> En términos tal vez más generales, la convergencia mediática designa una situación en la que coexisten múltiples sistemas mediáticos y en la que los contenidos mediáticos discurren con fluidez a través de ellos. La convergencia se entiende aquí como un proceso o una serie de intersecciones entre diferentes sistemas mediáticos, no como una relación fija. (Jenkins, 2006.)

## 2.2. Formulación del problema

En la actualidad la serie web con narrativas transmedia se ha situado prácticamente a la par de los medios de emisión tradicional y reivindicándola en medios digitales, en este sentido esta investigación tiene como objetivo el definir la aplicación de los contenidos transmedia en una serie web y cómo se narra la vida rural en Colombia. De este modo se propone la siguiente pregunta de investigación.

Pregunta:

¿Cómo se ha utilizado el componente transmedia en las series web de ficción rurales en Colombia entre los años 2012 al 2020?

## 2.3. Descripción del problema

En Colombia existe un desarrollo continuo de las series web desde el año 2010, entre las que destacan por sus componentes transmedia y temáticas rurales están:

**Cuentos de viejos** (Dematei, Piaggio, 2013), serie que se emite en el canal televisivo Señal Colombia con base en la animación y una web documental, que narra las historias de adultos mayores, su componente transmedia está enfocado en una web en la que los espectadores pueden compartir experiencias, enviar fotos, videos y registro de sus relatos y construir una narrativa colectiva. La serie web transmedia **Así somos** (Señal Colombia, 2015), esta tiene como base varios cortos documentales donde se cuentan relatos representado la identidad de los colombianos a partir de su realidad y contexto, la página web de la serie es parte importante de la experiencia transmedia ya que te permite tener una búsqueda específica mediante un mapa de emociones y características de los perfiles colombianos; el proyecto transmedia **4 Ríos** (Tobar, Reyes 2014), es un proyecto que narra historias en torno al conflicto armado en Colombia, mediante una visión artística y tecnológica, su principal motivación es lograr incluir de manera inmersiva al espectador en la memoria del país, haciendo uso de diversas plataformas y medios. La serie web, **Campo Justo** (Colinagro, 2017), esta narra la historia de varios campesinos, y su trabajo en el mismo, esta tiene una página web donde se pueden realizar las búsquedas específicas. Finalmente, la serie web **Tonada al viento (2020)** serie web que narra la historia de una joven en los llanos colombianos, que puede ser vista a través del portal web de canal 13.

Por medio de estos referentes y sus características particulares podemos desarrollar un mejor análisis de las herramientas transmedia, para obtener ciertos parámetros en el desarrollo de la serie web transmedia Historias con Sombrero que basan su contenido en temáticas rurales elaborando

un lenguaje visual, narrativo y ético dejando de lado una representación peyorativa de la sociedad agro en Colombia.

### 3. Justificación del proyecto

La hibridación de la televisión y la web 2.0 han dado vida a la serie web, un formato que nos permite entregar y exponer narrativas de bajo presupuesto con historias que serían fácilmente descartadas o ignoradas en medios tradicionales. Con el agregado transmedia la serie web se convierte en puente directo al público no solo para que visualice la narrativa de ficción, sino que explore, participe y se empape del conocimiento que le brinda el relato haciendo uso de otros géneros y formatos.

La investigación surge a partir del factor transmedia, un término muy utilizado pero que al ser un tema del cual no se ha podido encontrar una única definición suelen haber discrepancias y coincidencias en su concepto. Los términos como *Crossmedia* y *Multiplataforma* tienden a confundirse y a cruzarse en su significado esto influye de manera confusa a la hora de realizar contenidos transmediáticos o de índole crosmediatica, al decir que algo es o no es transmedia, por esto buscamos tomar el término y la descripción que mejor se acoplen a las necesidades de la serie web transmedia **Historias con Sombrero**.

El componente de la ruralidad es de vital importancia para la serie ya que es un tema que abarca mucha riqueza cultural y una amplia diversidad, sin embargo, la información bibliográfica de las temáticas rurales con contenido transmedia es poca y que requiere mayor estructuración en esta oferta temática.

Se busca utilizar estas herramientas para dar una mayor expansión a la serie web con temática rural; En este orden de ideas buscamos acercar esta temática a un público más amplio, diversificando e innovando en el catálogo actual de productos audiovisuales, teniendo en cuenta que el producto final será un contenido nuevo en todos los aspectos ya mencionados.

## 4. Objetivos del proyecto

### 4.1 Objetivo general

Analizar y establecer las características y utilización de las herramientas transmedia en el seriado web, para su aplicación en la realización del capítulo piloto de ficción transmedia con temáticas rurales.

### 4.2 Objetivos específicos

- Analizar el lenguaje narrativo de series web que parten de la ficción con temáticas rurales que tengan el componente transmedia aplicado.
- Establecer las características y herramientas propias de las series web transmedia por medio de un estudio cinematográfico.
- Realizar una página web que contenga el animatic del capítulo piloto “Isabel” y su componente documental como parte de la serie web **Historias con Sombrero**.

### 4.3 Delimitación del problema

La investigación se desarrolla en el marco del programa de cine y televisión de la Universitaria Agustiniense en el segundo semestre del 2020, entre Bogotá y principalmente la región Andina de Colombia, dentro del periodo 2012 al 2020 analizando obras realizadas en ese periodo que están relacionadas con el proyecto tales como: **Cuentos de viejos** (2013), **Así somos** (2015), **4 Ríos** (2014), **Campo Justo** (2017) y **Tonada al viento** (2020), que revelan las técnicas narrativas que se explorarán en la investigación.

## 5 Marcos de referencia

### 5.1. Marco histórico

Las herramientas transmedia en el seriado web permiten expandir la distribución y la expansión de un producto audiovisual en diferentes plataformas y medios, con ayuda de una forma de lenguaje que se adapta a los distintos soportes que ofrece constantemente la web, según el texto Nuevas Narrativas Audiovisuales: Multiplataforma, Crossmedia y Transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE):

El desarrollo de proyectos *multiplataforma*<sup>5</sup> no constituye un fenómeno nuevo, sino que ha vivido una importante eclosión gracias al desarrollo tecnológico y al proceso de convergencia. (Costa & Piñeiro, 2012, p. 9)

De esta forma se establece el componente multiplataforma como algo ya visto en cuanto a herramientas transmedia, pero evidencia que, gracias a la convergencia tecnológica y la evolución de la red, la multiplataforma llega con un desarrollo y como un apoyo para el producto audiovisual en sus diferentes exposiciones en diferentes formatos y dispositivos.

#### 5.1.1. Cronología internacional.

El seriado web comienza con el término “Serie de televisión a través de internet”, este título se le otorga al seriado web THE SPOT (Kownacki,1995) EEUU, el primer material audiovisual que dio vida a la convergencia entre los computadores y la televisión, thespot.com no solo ofrecía un gran catálogo de episodios que rodeaban la vida de unos atractivos jóvenes en california, si no que brindaba a sus espectadores contenido adicional como fotos y videos, los cuales conforman en un futuro los blogs, The Spot no solo marca un precedente en la historia de la serie web, que fue poseedor de varios galardones, incluido el mejor sitio de internet ese año. No solo las narrativas de ficción encontraron un espacio para ampliar el mundo del seriado web, la animación se hizo un hueco en la nueva forma de hacer televisión con websodios animados, The Animated Series y Rat Chicken (Bullseye Art, 1995) EEUU, la publicación de estos websodios animados no solo brindaron la oportunidad de expandir el campo, si no que dieron pie para que grandes estudios como MTV que vienen de la televisión tradicional, prestaran atención y se dieran cuenta de que este tipo de difusión tiene futuro y que es bueno apostar por la innovación de este.

---

<sup>5</sup> El entretenimiento multiplataforma Según Danny Bilson, una modalidad narrativa que se representa a través de múltiples canales de entretenimiento, más o menos sinónimo de lo que este libro denomina narración transmediática. (Jenkins, 2006.)

Compañías que ya se posicionaron en la web como MSN apostaban por producir contenido nuevo para promocionar sus marcas y servicios, en 2003 MSN Video estrena la serie web original **Weird TV 2000** (MSN Video, 2003) EE. UU., una producción que contenía varios cortos, comedias y minidocumentales que podrían ser vistos exclusivamente en la plataforma de MSN Video. Los seriados webs independientes no se quedaban atrás, entre el 2003 y el 2006 las series web independientes se hicieron notar, **Red Vs. Blue** (Rooster Teeth, 2003) EE. UU., distribuida en diferentes plataformas como la reciente YouTube, tuvo un alcance exponencial ya que fue vista más de 100 millones de veces el día de su estreno.

El estudio de los mercados dio como frutos la producción de series web que llenaran espacios en la cotidianidad de los espectadores en la red, esto dio pie a experimentos de estudiantes de cine y cineastas amateur que buscaban exponer de otra manera sus narrativas y encontrar nuevos horizontes para explotar sus talentos, **Sam Has 7 Friends** (Big Fantastic, 2006) EEUU, cuenta la historia de un asesinato perpetrado por uno de los 7 jóvenes involucrados, cuenta con 80 episodios con una duración de 90 segundos por capítulo, la serie web fue estrenada en varias plataformas como YouTube, Revver y iTunes, y se apoyó de la publicidad para su financiamiento.

**5.1.1.1. Cronología Colombiana.** La Webserie en Colombia empieza gracias a una coproducción de E-NNOVVA de RCN y 2&2 producciones, *Almas perdidas* (E-NNOVVA, 2&2 producciones, 2008) la primera serie para la internet en Colombia, estrenada a finales de 2008, la historia de terror cuenta la travesía de un grupo de 8 amigos que se quedan cortos de gasolina a mitad de una desolada y tenebrosa carretera, los amigos deciden refugiarse en una casa aparentemente desolada, la casa en vez de cogerlos y protegerlos logra separarlos y a poner a prueba su confianza ya que extrañamente cada amigo muere inexplicablemente uno por uno, como si fuera poco la página [www.almasperdidas.tv](http://www.almasperdidas.tv) hoy un sitio web inexistente era el hogar de más de 1 millón de usuarios gracias a los registros de Pageviews, el seriado en sus mejores días obtenía más de 200 mil visitas.

Las series web se han caracterizado siempre por ofrecer un espacio libre de estructuras, que dan pie a la discusión, cierta libertad de pensamientos y tratamientos narrativos atrevidos, es tal vez una de las razones más llamativas por las que creadores y creadoras prefieren trasladar su voz e historias a este tipo de formatos, este es el caso de los creadores Santiago Rocha, Simón Wilches y Santiago Rivas que dieron vida a un pequeño seriado web llamado **El pequeño tirano** (Rocha, Wilches, Rivas, 2009), la primera serie web serie animada de humor político en Colombia se



proyectó a través de la cuenta de YouTube Parodiario.tv, nace en un momento donde las protestas se levantan de nuevo entre un país extremadamente polarizado, de aquí El pequeño tirano toma inspiración para sus protagonistas, dos gemelos, uno de izquierda y otro de derecha que con humor exponen el panorama político en Colombia.

Una de las series web más vistas en Colombia es **Susana y Elvira** (Mimosa, Jiménez, 2012) lo que empezó siendo un blog en donde Susana y Elvira cuentan sus experiencias y vivencias acerca muchos aspectos como el amor, los amigos, las tusas y la cotidianidad, logrando 5000 mil visitas diarias y consecuentemente llegaría una segunda temporada.

En el ámbito de la comedia las series web en Colombia no se quedan cortas en el año 2013 se estrena **Adulto contemporáneo** (Dirty Kitchen, 2013), una serie web cómica tipo falso documental, que da respuesta a la pregunta ¿Cuándo se acaba la juventud? Su protagonista es un científico español que se dedicará a exponer los resultados de una investigación basada en el adulto contemporáneo y su comportamiento en la sociedad, el deporte, la gastronomía o cualquier evento cotidiano que le suceda, La webserie toma las sugerencias de sus espectadores muy seriamente, suelen tener en cuenta cada comentario para la realización de episodios venideros, en cuanto a reproducciones, sus episodios más populares han logrado más de 200.000 mil reproducciones en la plataforma de YouTube. El año 2013 fue un año abundante en web series para nuestro país, otra interesante apuesta surge por parte de un proyecto de grado, **Déjà Vu** (Pérez Villalba, Herrera Ruiz, 2013), con 12 capítulos, más 23.000 mil reproducciones en YouTube, 6.000 mil seguidores en redes sociales en su estreno y logró que más de 40 canales y medios internacionales y nacionales mencionaran el proyecto y lo compartieran, la historia de Déjà Vu, presenta a Sebastián un joven que lleva una fuerte carga consigo, pudiendo ver tragedias antes de que sucedan, así este tendrá el poder de cambiar el destino de muchos logrando salvar vidas, la suya y la de la mujer que ama, la serie web ha logrado varios galardones entre ellos la Mención Honorífica (Tesis laureada) por parte de la Pontificia Universidad Javeriana como trabajo de grado meritorio.

La memoria es la forma en que mantenemos viva la historia, los recuerdos de nuestros mayores construyen la memoria colectiva de nuestro país, con esto en mente surge en la web **Cuentos de viejos** (Piaggio, Dematei, 2013), una serie web transmedia que se desarrolla en la televisión, la internet, los hogares y las aulas de clase, cuentos de viejos hace uso de varias técnicas como el documental y la animación, el proyecto recolecta organiza y colecciona pequeñas historias contadas por nuestros mayores haciéndonos reflexionar sobre la importancia de sus voces y como

estas hacen parte importante de la memoria colectiva y la historia misma. Siguiendo la línea de la memoria y de mantener vivos los eventos que marcaron de manera radical nuestro país y nuestra historia, surge un interesante proyecto transmedia que puede no ser visto como una serie web, pero tiene elementos y herramientas transmedia, **4Ríos** (Tobar, 2014) es un proyecto que narra eventos derivados de la violencia y el conflicto armado en Colombia, 4 ríos hace uso de distintos medios tecnológicos y técnicas para exponer y mantener viva la memoria colectiva del país, el web cómic, la animación 2d, las aplicaciones web, la realidad aumentada y el audiovisual son la forma en que la galardonada 4 ríos presenta historias como El Naya, basado en la masacre del Naya, estas narraciones digitales transmedia permiten expandir y mostrar las capacidades y virtudes de este tipo de formatos.

En 2015 surge una bonita serie web que presenta la dignidad de los campesinos y el fruto de una profesión digna de admirar, que brinda a todo el país su fuente de alimentos, es así como surge **Campo justo** (Raigoza, 2015), este serie web de 32 capítulos, puedes visualizarla en la página web [campojusto.com](http://campojusto.com), capítulo a capítulo nos muestran diferentes agricultores de diferentes productos y de diferentes parajes alrededor de nuestro país, mostrando la importancia del producto, la tradición de las culturas y del respeto por el campesino y su labor, campo justo es la primera serie web en tratar temáticas rurales en Colombia.

En cuanto a cultura y diversidad las series web no se quedan atrás, en 2016 Señal Colombia presenta **Así somos** (Señal Colombia, 2016), un mapa de diversidad por Colombia, esta serie web transmedia, presenta relatos de diferentes colombianos de todas las regiones del país, mostrando nuestras costumbres, nuestra cultura, nuestras pasiones, alegrías y demás, todo lo que nos hace colombianos.

Los espacios que ofrece la serie web nos permiten presentar y expresar todo tipo de diversidad y de orgullo, así como romper estereotipos, discursos tradicionales y barreras sociales, de esta manera surge **Selección natural** (Helena Films, 2017), la primera serie web que trata temas de la comunidad LGBTIQ+, la homofobia, la transfobia y la doble moral, selección natural ofrece no solo un discurso importante, sí que ofrece calidad cinematográfica destacable, esta serie apuesta por el talento joven y fresco, la serie hace uso del género policiaco, la historia parte del asesinato de una Drag Queen, Madorilyn Crawford, su asesinato indignan y muestra la decadencia de una sociedad en donde sus políticos no hacen valer la justicia.

Hoy en día la tecnología y las diferentes formas de hacer contenido audiovisual nos permiten tener libertades en cada aspecto, la narrativa, el formato, los géneros y por supuesto la técnica, es por eso que **El inquisidor** (RTVC, 2019) fue enteramente grabada con dispositivos móviles para el marco del festival Smart Films 2019, esta serie web multiplataforma/transmedia diseñada para la nueva app móvil de RTCV Play para dispositivos Android y iOS, un thriller periodístico noir que cuenta la historia de Andrés Erazo un joven escritor contratado para escribir la sección judicial de un periódico que se niega a desaparecer en medio de la revolución digital, Andrés se verá obligado a trabajar en lugar donde abunda la muerte y la sangre día a día, esta serie web presenta temas como la manipulación de los medios y las denominadas “Fake news”, temáticas actuales que nos hacen reflexionar sobre el control de las masas a través de los medios de comunicación y las redes sociales.

Sintetizando estas series web marcaron un precedente en el avance de este formato audiovisual, mostrando estrategias y plataformas para la creación de productos con características transmedia que influyen en la actualidad en la creación de contenidos para la web.

## **5.2. Estado del arte**

Con la llegada de plataformas digitales y nuevas narrativas audiovisuales, el lenguaje cinematográfico ha sido obligado a emplear dispositivos y medios para satisfacer las necesidades de un público que no se conforma con el amplio contenido que tienen a su disposición en las distintas plataformas que ofrece la web, este fenómeno incentiva a los realizadores a construir herramientas digitales y nuevos discursos que no simplemente entretienen sino que construyen una experiencia del espectador con el contenido y una relación con las historias.

Para indagar en los antecedentes se hizo una búsqueda teniendo en cuenta los ejes temáticos de la investigación, empezando por la serie web. En ese orden de ideas se hallan varios objetos de estudio alrededor de este tema, entre estos el trabajo de grado **Estructuras narrativas en relatos cortos y serializados para la web, Anagramas** (Bermúdez, Gómez, 2016) una investigación acerca de la narrativa en las series Web, los fenómenos que dieron paso a este nuevo medio para contar historias, en el texto se aborda un corpus de doce series web, de temáticas diferentes y con un número de capítulos y temporadas diferentes, donde a cada serie se le realizó un análisis, basado en la estructura narrativa, donde se puede resaltar que las series de ficción de 12 capítulos

responden al modelo del *viaje del héroe*<sup>6</sup>, pero aquellas con menos capítulos deben resolver ya sea mezclando u omitiendo los pasos. Es importante resaltar que la serie web es un formato que está surgiendo, por ende, las reglas se están creando y acoplando a los nuevos modelos tecnológicos.

El trabajo de grado *Mi historia sobre ruedas: la creación colectiva como elemento innovador en una serie web* (Baquero, Samaniego 2015) resalta en la creación de una serie web que recoge las diferentes anécdotas de las personas en el transporte público, en la página web los usuarios podían allí manda sus relatos, después de escoger 5 de las mejores historias, estas se adaptan cada una a un guion, de allí salen uno microrrelatos. Este proceso tomó al espectador que antes tenía un rol pasivo a participar activamente en la construcción del proceso de creación; esto nace al ver que la serie web puede ser una herramienta de entretenimiento rápida, que se acopla a una sociedad de consumo rápida, y fragmentada.

Siguiendo los ejes temáticos de la investigación, el segundo hace referencia a las Herramientas transmedia donde la investigación **Identidad Multiplataforma Análisis de la representación de la identidad colombiana**, las prácticas de producción y los procesos de circulación y difusión convergente en el proyecto multiplataforma *Así Somos de Señal Colombia*. (Pieschacón, 2018) toma como referencia la serie web **Así somos**, donde desglosa todo el proceso que esta tiene, indaga en la narrativa, la apropiación de la cultura, el desarrollo tanto técnico como teórico a la hora de la creación y producción de la serie, un enfoque en los procesos de difusión, y las herramientas transmedia. Su exhaustivo trabajo refleja que la televisión pública en Colombia se viene adaptado a relatos convergentes, donde los denominados nuevos y viejos medios ya sufrieron una transformación y así mismo una integración, abriendo camino a nuevas formas de ver y hacer televisión.

Así mismo el **trabajo 4 ríos: narraciones digitales multiplataforma sobre el conflicto armado y la memoria histórica en Colombia** (Tobar ,2018) este trabajo expone el proceso de desarrollo del proyecto 4Rios, enfocado en una narrativa transmedia que cuenta la historia del conflicto armado, cabe resaltar que este trabajo está enfocado en el desarrollo del *Cómic 360*, las herramientas que se utilizan y todo el proceso, también se enfoca en describir las herramientas

---

<sup>6</sup> La partida del héroe (Campbell, 1972) es el momento en el que le ocurre un incidente a un héroe y tiene que abandonar su mundo ordinario. Según la reagrupación que realiza Diez (2006, p. 162) sobre los estudios del viaje del héroe de Campbell (1972) y Vogler (2002), esta fase se compone de: mundo ordinario, la llamada a la aventura, el rechazo a la llamada y el encuentro con el mentor. El mundo ordinario, que cita Vogler (2002, p. 114), es el momento anterior a la aventura, la cotidianidad del héroe antes de partir. (Cerdán Martínez, 2018)

transmedia, ya que las líneas que separan y lo define son muy delgadas, pero el uso de esta puede potencializar el *Storytelling*<sup>7</sup> de una narrativa.

El trabajo **Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE)** (Sánchez, Otero 2012) da claridad sobre las nuevas manifestaciones narrativas que se ven actualmente, multiplataforma, crossmedia y transmedia, ya que estos fenómenos son nuevos y poco a poco se van implementando, mostrando cómo la industria audiovisual se puede beneficiar en todos los ámbitos gracias a este tipo de narrativas. Acompañado de esto está un análisis de la serie El caso de Águila Roja, para así mostrar la importancia y las nuevas posibilidades que hay a partir de la convergencia, abriendo paso a nuevos públicos y realizadores.

El último eje de investigación toca la ruralidad, pero la búsqueda dio como resultado el hallazgo de una investigación basada netamente en la cultura agro sin elementos afines a un producto audiovisual o semejante, sin embargo, el trabajo **Cuentos de Viejos: Relatos de la memoria.** (Dematei 2015) es un libro de producción que describe el contenido de la serie web, describe todo el proceso desde la creación, la recolección de los relatos y el proceso técnico, algo importante es que cuentos de viejos desde su concepción fue pensada como un proyecto transmedia y multiplataforma, que tiene como objetivo contar historias que en su gran mayoría transcurren en espacios rurales de Colombia, dando voz a un público diferente.

Según los aportes narrativos y de lenguaje que se establece para la creación de contenidos web y la formalización de una narrativa transmedia se pretende abordar en la investigación el texto de **Identidad Multiplataforma Análisis de la representación de la identidad colombiana, las prácticas de producción y los procesos de circulación y difusión convergente en el proyecto multiplataforma Así Somos de Señal Colombia** (Pieschacón, 2018). Ya que este tiene los componentes del seriado web transmedia y con un énfasis en espacios rurales, interactividad y realiza un estudio detallado de este lenguaje, desde el público hasta las estructuras narrativas que se emplean para el desarrollo de este tipo de contenidos.

---

<sup>7</sup>El storytelling es conocido como el arte de contar relatos (López-Hermida & Vargas 2013). En concreto, Núñez (2007, p.17) lo define como “una herramienta de comunicación estructurada en una secuencia de acontecimientos que apelan a nuestros sentidos y emociones”. Estos acontecimientos pueden transmitirse a través de palabras, imágenes y sonidos (López-Hermida Russo & Ibieta Illanes 2013). Se entiende entonces que el storytelling forma parte de la historia de la humanidad (López-Hermida & Ibieta 2013), siendo crucial para la evolución de esta (Fog et al. 2010). Le ha servido al hombre para encontrar sentido a sus acciones y a la vida en general (García 2009). (Robledo Dioses, 2020)

El último eje temático representó una dificultad ya que no pudimos encontrar investigaciones previas relacionadas con la ruralidad y los elementos relacionados con el audiovisual. Al encontrarnos con esta falta de información en torno las narrativas rurales, nos pareció que esta investigación es pertinente, si bien no está netamente enfocada a la ruralidad, toma estos temas y los expande un poco más, dando un buen punto de partida para este tema de tanta importancia para la cultura y el audiovisual en Colombia.

### **5.3. Marco teórico**

Para esta investigación partimos de conocer cómo funciona la narrativa serial en los nuevos medios, siendo este el formato donde la comunicación y el condicionamiento son importantes para establecer el producto y darle perspectivas distintas a las televisivas.

La interactividad termina siendo parte fundamental de los relatos en los nuevos medios, siendo un elemento clave para conseguir que quien ve las series web participe y se convierta en parte del producto, y siendo capaz de condicionar y buscar distintos puntos de vista.

#### **5.3.1. Series web y su narrativa.**

Las series web son producciones creadas para ser distribuidas a través de internet y forman parte de un nuevo medio llamado televisión web. Utilizan guiones y están estructuradas en temporadas divididas: “Las series web constituyen una de las muchas expresiones audiovisuales que pueblan la red. Se encuentran entre las más populares, junto a los videoblogs, donde un anfitrión se esparce desde una óptica personalista sobre temas distintos” (Gappelo, 2019, p. 03)

La implementación de este nuevo formato en un seriado de ficción tiene múltiples beneficios en distribución y una comprensión distinta del lenguaje, dicho lenguaje se favorece de la aparición de la internet que ofrece una extensa variedad de productos entre ellos los seriados web de ficción que tienen características particulares de una estructura televisiva como la duración y la fragmentación por capítulos “como una «serie de televisión para emisión por Internet», y los 42 minutos que dura el último episodio de su primera temporada parece más propio del medio televisivo que de la web. Con el nacimiento de YouTube, y con la aparición del diario filmado y la reivindicación de una estética de bajo presupuesto que se correspondía con la producción aficionada a la que daba cabida el nuevo portal” (Álvarez, M. 2011, p.12). En ese sentido, las series web asoman como el producto insignia de la ficción digital, porque su corta duración y facilidad de visualización ofrecen una respuesta efectiva a los intereses y demandas de los usuarios. Para entender este lenguaje hay que abordar específicamente el seriado web como un formato como lo

plantea Edgar Ramírez: “dicho formato surge a partir del desarrollo de los nuevos medios digitales, la democratización tecnológica y la convergencia mediática, lo que en un primer momento generó en los productores profesionales de ficción una experimentación con contenidos propios a internet ” (Ramírez, E. 2014, p.28). Es importante abordar el tema de la creación de este formato, ya que representa parte fundamental de los ejes de la investigación y pretende indagar en el comportamiento de este lenguaje del medio audiovisual comprendiendo los elementos que conforman esta narrativa su género, estructura, formatos, plataformas y específicamente en el contenido.

### **5.3.2. Narración transmedia.**

El concepto de narrativas transmedia fue descrito por primera vez en el artículo publicado en la revista *Technology Review* en el 2013 donde Henry Jenkin habló del “transmedia storytelling”, si bien este término concretamente no había sido empleado, el primero en referirse a este fue Marsha Kinder en 1991 al hablar de “transmedia intertextuality” planteando la relación entre, el cine, la televisión, los videojuegos y que todos estos cumplían el mismo objetivo del entretenimiento.

El lenguaje transmedia tiene una relación o enlace directamente con la internet, las principales ventanas de exhibición que comprende esta narrativa involucran directamente a múltiples dispositivos que establecen una estrecha relación entre el espectador y el contenido. La narrativa transmedia es un lenguaje moderno que está inmerso en múltiples producciones cinematográficas en el cual el espectador tiene el poder de interactuar desde diferentes puntos de vista con el contenido. Según Carlos Scolari “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (2013: p.46). El lenguaje transmedia nos lleva a la teoría de distintos mundos narrativos que abarcan diferentes medios y lenguajes, en donde el relato se expande y se traspasan las diferentes fronteras del universo de ficción, llegando a la conclusión de que implementar a una producción serial un lenguaje transmedia implica diferentes factores narrativos que van de la mano con el dispositivo y la comprensión de los medios principalmente los canales en internet.

Algo que es de suma importancia en las narraciones transmedia es la participación, donde el espectador asume un rol activo, “el público siente la necesidad de participar activamente del mundo narrativo que se crea, convirtiéndose en un apoyo para la expansión de este” (Irala, 2014). De esta

forma el papel del espectador ya es de construcción y desarrollo, dándole a los relatos una expansión en sus contenidos.

### 5.3.3. Narrativas en los nuevos medios.

Se suele asociar el término *nuevos medios*<sup>8</sup> como todos los medios de comunicación producidos y/o distribuidos en computadores y aparatos electrónicos, pero ciertamente es un concepto que aún no cuenta unos límites bien establecidos. Como explica Lev Manovich:

la revolución de los medios informáticos afecta a todas las fases de la comunicación, y abarca la captación, la manipulación, el almacenamiento y la distribución; así como afecta a los medios de todo tipo, ya sean textos, imágenes fijas y en movimiento, sonido o construcciones espaciales. (Manovich, 2006, p.64)

Por lo que todas las obras audiovisuales u obras que puedan ser captadas, manipuladas, almacenadas o distribuidas por medios informáticos serán obras de los nuevos medios.

Se podría llegar a la conclusión de que la conjunción entre medios de comunicación, expresiones artísticas e informática resulta en aquello conocido como nuevos medios: “La web no es un medio más, es un *meta medio*, un medio de medios genera nuevas formas y experiencias de comunicación, se apropia de lenguajes de otros soportes (texto, audio, imagen en movimiento) y además les otorga características propias.” (Quiroga, 2016, p.285). Los nuevos medios son un espacio para otros medios, más no un medio en sí mismo, es un espacio que bebe y se apropia de narrativas ya existentes y las versiona en lo digital.

Dentro de los nuevos medios existe la narrativa cinematográfica, pero ahora con la posibilidad de pausar, adelantar, cambiar de calidad y de velocidad, acceder a subtitulación en tiempo real, comentar y debatir, etc. También existen la narrativa fotográfica y la literaria, pero ahora están juntas y se resignifican, dándole a quien acceda a la información la capacidad de entrar en contexto y de enterarse de lo que le interese.

Estos espacios en los que se juntan todas las expresiones y formas que antes estaban separadas, y que nos permiten interactuar de cerca con otros puntos de vista, experimentando una inmersión total, son nuevos medios, espacios ricos narrativamente al tener elementos juntos y facilitar la lectura del espectador.

---

<sup>8</sup> Un nuevo medio es una organización informativa que forma parte de un sistema mediático alternativo al tradicional, que innova y experimenta en sus formatos narrativos, en su relación con la audiencia y en sus canales de distribución. (Cabrera, 2019)



### **5.3.4 Narración serial.**

Las narrativas seriales implican que la conexión con el espectador sea más exigente en cuanto a disposición a esta, la serie como tal invita a la conversación, la especulación, la expectativa y a la predisposición, no importa qué serie o que narrativa serial estemos presenciando siempre y cuando la serie proponga incógnitas, misterios y pistas. Por tal motivo las narrativas seriales tienen como característica principal mantener a la expectativa al público, en consecuencia, el espectador estará predispuesto a prolongar la visualización de los contenidos.

Hoy gracias a las herramientas digitales las narrativas seriales encuentran un espacio óptimo para el desarrollo de contenidos en la web, según Álvarez Berciano (2012) “La serialidad es un rasgo característico de las narrativas transmedia porque facilita la construcción de vastos y poblados mundos ficcionales.” (Álvarez 2012) Esto implica un cambio en la estructura de las narrativas seriadas, se dejan de lado capítulos con poca continuidad o con finales cerrados y se trata de mantener una cohesión entre la secuencia y autonomía del capítulo en cuestión “Paradójicamente, una relativa autosuficiencia episódica tiene aún otro valor estratégico de primer orden, y es el de reducir los riesgos de desorientación y de sensación de incoherencia narrativa e inconsistencia temática que pueden surgir por efecto de la apertura serial” (Álvarez 2012) sin embargo será óptimo lograr la unidad serial gracias a las temáticas y los estilos narrativos.

En conclusión, las narrativas seriales buscan generar continuidad, se extienden y prolongan en episodios y temporadas, dan pie para profundizar en personajes, narrativas sensibles y explorar más de un universo, enriquecen la cultura popular y brindan nuevas formas de comunicar y presentar los contenidos.

### **5.3.5. Convergencia.**

Cuando se habla de la transmedia la palabra convergencia, es comúnmente mencionada, ya que este fenómeno está ligado con las formas nuevas de contar historias, sin embargo, este nuevo fenómeno es multifacético y muy complejo, ya que poder ser utilizado desde múltiples perspectivas. Cuando hablamos de la convergencia en el audiovisual, la heterogeneidad es la clave, ya que cada obra de carácter transmedia debe poseer las conexiones en sus relatos derivados, para que los espectadores puedan entender que estos son parte y pertenecen a un mismo universo transmedia.

Intrínsecamente al tener un relato transmedia se dice que todo deber ir interconectado para que todo pertenezca a un mismo universo, para que esto ocurra el término como descrito por Rojas

Cervantes: “...los datos de convergencia, estos son recursos narrativos que garantizarán la unidad y la cohesión de las partes con el todo sin perder verosimilitud durante la fragmentación diegética.” (Rojas 2018) Este recurso garantiza que coherencia y concordancia durante la división de los relatos. dentro de este fenómeno de la convergencia que se ha producido un surgimiento de nuevos tipos de narrativas, basados en nuevas tecnologías, ponen un énfasis especial en la actividad del espectador.

### **5.3.6. Multimedia.**

Cuando se habla de los nuevos medios, el término multimedia siempre está presente, si bien llega a ser algo confuso, por la delgada línea que divide a los géneros y formatos de las nuevas narrativas audiovisuales, entendido por Guallar como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada”. (Guallar et al., 2010 p 620), en lo que todos coinciden es que la multimedia tal y como lo expresa su definición en la Real academia española es “Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información” (RAE, 2020), dando a entender que una de sus principales características es la diversificación.

Las narrativas multimedia, van de la mano con la convergencia, ya que, gracias a estas se puede interrelacionar las historia, así lo describió el autor (Rockwell & Mactavish 2004. P) “integración de medios en un todo interactivo”. Esto ha creado que al realizar contenido se piense en la distribución de contenido por diversas plataformas, para sí abrir espacios nuevos para el espectador. Este nuevo modelo narrativo se ha caracterizado por una mayor participación del espectador en la construcción de las historias, este poder que se le ha dado al espectador afecta los puntos claves en las narrativas, creando así nuevas posibilidades, pero consigo problemas como el antes mencionado y el exceso de información que puede ser abrumador para el espectador.

### **5.3.7. Animatic.**

El animatic es una herramienta que se utiliza en el ambiente audiovisual con el fin de dar una previsualización del producto final. Este consiste en darle vida al guion técnico, a partir de imágenes en movimiento por medio de una animación básica, el animatic no deja de ser un borrador, su potencial está en la evolución narrativa y el ritmo, más que en la calidad visual (Davis

y Landay, 2002). En otras palabras, es un storyboard <sup>9</sup> animado; De este modo el diccionario Merriam Webster (2017) define el animatic como “a preliminary sequence of shots, images, or sketches that is filmed or arranged usually with a soundtrack and viewed to determine its effectiveness before being finalized”<sup>10</sup>.

La realización de un animatic permite dar una aproximación previa a la ejecución del producto audiovisual, ya que este permite aclarar las ideas, determinar las necesidades tales como el tiempo de las escenas, lo que hay que quitar o agregar en las mismas, los planos, encuadres, movimientos de cámara, todo con el fin de tener una mejor comprensión y entendimiento, lo cual permite errores a la hora del rodaje.

---

<sup>9</sup> El storyboard son dibujos realizados a partir del guion técnico y la planimetría de las escenas, con el fin de elaborar de forma preliminar un primer vistazo del proyecto audiovisual. Begleiter, (2001)

<sup>10</sup> Traducción del texto “Una secuencia preliminar de tomas, imágenes o bocetos que es filmada o armada, usualmente con una pista de sonido, y luego revisada para determinar su efectividad antes de la producción final” Merriam Webster (2017).

## 6. Metodología

La investigación es de carácter cualitativo, ya que presenta las características de distintos productos multiplataforma y series web, describiendo la aplicación de la transmedia y la multiplataforma en estos para analizar la influencia de los componentes interactivos en la narrativa y las decisiones creativas que llevan a la elección de estos. Esto se hace con la intención de recolectar información, analizar patrones, determinar elementos de la transmedia, discutir, y plantear cómo aplicar el conocimiento adquirido en la narrativa del proyecto **Historias con sombrero – Isabel**.

**Tipo de investigación:** Investigación cualitativa.

### Fase 1

Reseñar las principales obras audiovisuales o de nuevos medios que contengan interactividad

**Tipo de investigación:** Histórico, ya que se revisan algunos proyectos notables que han aplicado la transmedia.

**Técnica:** Documental, ya que se revisan contenidos que se hayan destacado por su interactividad y se leen análisis sobre estos para determinar el impacto de este elemento en la narrativa del proyecto.

**Fuentes:** Secundaria, ya que se basa en análisis ya redactados por expertos y en la recopilación de datos por medio de la visualización y contrastación de los contenidos.

### Actividades

- Revisión de contenidos audiovisuales notables que cuenten con elementos transmedia.
- Elegir el *corpus*<sup>11</sup> básico de obras audiovisuales con las que se va a trabajar.
- Diseñar instrumentos de análisis.
- Leer artículos y análisis sobre las obras.
- Analizar los componentes transmediáticos de las obras.
- Recopilar y sistematizar datos.
- Escribir un informe sobre el uso de las herramientas transmedia dentro de la narrativa.

**Resultado esperado:** Listado de series web, marco histórico, marco teórico y estado del arte.

---

<sup>11</sup> Se apresura, como la ansiedad del investigador social que se asoma al trabajo con discursos, a una instancia que se presupone «metodológica»: la enumeración – y, con suerte, justificación – de los materiales del corpus a partir de los cuales se iniciarán un análisis. (Aguilar, 2014)

## Fase 2

Análisis de obras cinematográficas.

Identificar los elementos y las herramientas que comprende el concepto de Transmedia.

**Tipo de investigación:** De análisis, se hace una búsqueda de definiciones que se emplean en torno al tema de la transmedia.

**Técnica:** Análisis de fuentes escritas que comprendan el análisis filmico y el fenómeno interactivo en los medios audiovisuales

**Fuentes:** Secundaria, ya que se basa en análisis ya redactados por expertos y en la recopilación de datos de los escritos

### Actividades

- Realizar una búsqueda de las diferentes series web en Colombia, para escoger las series que mejor se acoplen al proyecto.
- Búsqueda de bibliografía que ayude al análisis audiovisual o cinematográfico.
- Elección de instrumentos de análisis audiovisual o cinematográfico.
- Diseñar herramientas de análisis.
- Visualizar las series web para crear un conocimiento básico de la serie.
- Realizar una descripción narrativa, basado en uno de los referentes bibliográficos.
- Analizar los componentes transmedia de la serie web.
- Interpretar el uso de las herramientas transmedia.

**Resultado esperado:** Capítulo de análisis de obras en la investigación

## Fase 3

Aplicar elementos transmedia acordes a la narrativa serial en una serie web de ficción.

**Tipo de investigación:** Cuasiexperimental, ya que se utiliza la investigación recolectada para la realización de un animatic del piloto para serie web

**Técnica:** Observativa y participativa, ya que se usa el conocimiento adquirido en las fases anteriores para realizar una serie web con elementos interactivos

**Fuentes:** Primaria, ya que la realización del piloto de la serie web es producto de la investigación y creación de los autores y su equipo de trabajo.

### Actividades

- Sacar conclusiones después de la identificación de los componentes transmedia en las series analizadas.

- Diseñar herramienta de análisis para la aplicación de componentes transmedia.
- Definir cuáles de estos componentes son aplicables al piloto para la serie web ‘Isabel’.
- Realizar el piloto para la serie web ‘Isabel’ y su contenido adicional.
- Aplicar los elementos transmedia definidos y analizados en el piloto para la serie web ‘Isabel’.

**Resultados esperados:** Cuadro de análisis del uso de los elementos interactivos en un piloto para una serie web interactiva, piloto “Isabel” para serie web interactiva

**Productos esperados**

- Informe de investigación, sobre la transmedia y su uso en las series web desde lo histórico, teórico y práctico.
- **Isabel**, piloto en formato de animatic para serie web en desarrollo que hace uso de la transmedia.

## 7. Capítulo II

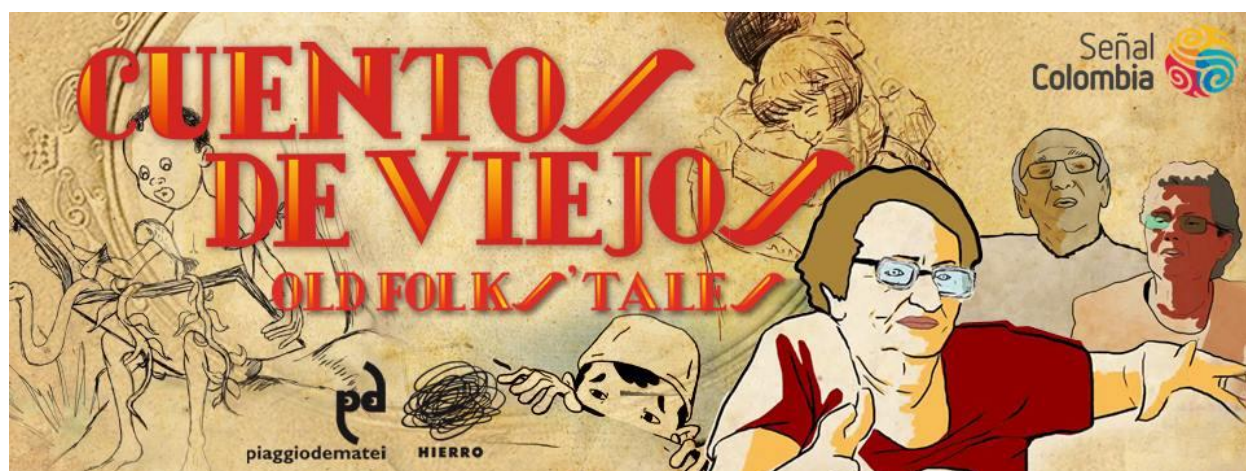
### Análisis de obras

Para la elaboración de este capítulo se utilizaron como referentes teóricos el libro **cómo analizar un film** de Casetti y Di Chio, capítulo 4, **El análisis de la representación**, el artículo **Una propuesta de análisis cinematográfico integral** de Aristizábal y Pinilla, y finalmente **el análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario** de López Gutiérrez, a partir de estos referentes pudimos encontrar unos parámetros a seguir para el análisis de las obras, que son los siguientes:

1. conocimiento:
  - a. Título
  - b. Imagen representativa de serie web
  - c. Ficha técnica
  - d. Sinopsis o frase de la serie web.
2. Análisis de la narrativa:
  - a. Tipo de narración
  - b. Estructura dramática.
  - c. Representación visual.
  - d. Análisis de personajes.
3. Análisis de componentes transmedia.
4. Interpretación personal.

De esta forma utilizaremos tres seriadados webs que se acoplan de algún modo, al producto final que se desea para la creación de una serie web de ficción rural en Colombia, los referentes son **Cuentos de viejos** (2013), **Campo justo** (2017) y **Tonada al viento** (2021) cada serie realizada y distribuida en tiempos diferentes, y con componentes muy diferentes que ayudará al enriquecimiento de la investigación.

## Cuentos de viejos



**Figura 1.** Imagen publicitaria, Cuentos de Viejos. Screenshot Facebook.com OldFolksTales (2021)

**Coproducción:** Hierro animación, Piaggiodematei y Señal Colombia.

**Creado por:** M. Dematei, A. Ferrel, L. Piaggio y C. Smith.

**Producción:** Carlos Smith

**Dirección:** Marcelo Dematei y Carlos Smith

**Proyecto Online:** Laura Piaggio.

**Cuentos de Viejos** es un documental colaborativo transmedia cuyo corazón es la recopilación y articulación de testimonios de adultos mayores que cuentan historias de su infancia. Una experiencia transmedia, a través de una serie animada, que se desarrolla en la televisión, en internet y en las casas y colegios. Por medio de una coproducción entre Piaggiodematei, Señal Colombia y Hierro animaciones, cuenta con 4 temporadas compuestas entre 10 a 15 capítulos. Cuentos de viejos puede verse en el canal de nacional Señal Colombia, a través de la página Web <http://cuentosdeviejos.com>.

Cuentos de viejos tiene un tipo de narrativa serial documental antológica, que utiliza como herramienta la animación 2d y 3d para narrar las historias de los entrevistados o personajes de las historias, el componente transmedia hace parte importante de la convergencia que busca tener la serie, ya que el contenido cuenta diferentes historias a través de diferentes medios, haciendo que cada capítulo sea independiente y sobreviva sin necesidad del otro.

Cada capítulo está compuesto por la introducción que muestra al equipo de trabajo, y la historia narrada por el abuelo que actúa como narrador e hilo conductor, y finalizan con los créditos,



también animados. Las historias tienen una narrativa simple del viaje del héroe, donde nuestro protagonista se enfrenta a alguna adversidad y este logra superarla, en su estructura narrativa los capítulos son muy similares, en el primer acto, vemos al personaje en su entorno, se presentan los personajes que estarán en la historia, para entrar al segundo acto, nuestro protagonista se enfrenta a alguna situación, para así entrar al segundo acto donde se extiende el tema del conflicto, para finalmente llegar al tercer acto donde se soluciona este y se da una especie de moraleja.

Cuentos de viejo utiliza una narrativa documental, ya que las historias son directamente contadas por los entrevistados y estas son interpretadas a través de la animación, sin embargo, es posible notar algunos parámetros que todas las entrevistas tienen, esto con el fin de que las historias tengan una narrativa sólida, con lo cual se puede suponer, que los entrevistadores tuvieron que realizar una preparación con los entrevistados, desde el proceso de investigación, para llevarlos a la entrevista final donde ellos relatan la historia.

Cada capítulo se distingue por la variación en el estilo de animación, para darle un aire diferente a cada capítulo, y así refrescar a la audiencia. La serie tiene una construcción muy sólida y detallada a niveles estéticos y sonoros, con la ayuda de la animación se crea una atmósfera para cada historia, los paisajes reflejan la temporalidad y estado anímico en el que se cuentan las historias, así mismo el retrato que se le realiza a cada uno de los adultos mayores, hace parte de esta cohesión que le da un toque único a cada historia. Al ser historias anecdóticas, y de corto tiempo, los personajes no tienen un desarrollo muy estructurado, sin embargo, todas las historias tienen una conclusión para sus personajes en las narraciones.

Las entrevistas conservan el formato clásico de estas, donde el entrevistado está ubicado a un tercio de la pantalla y este le habla al entrevistador, dando esa sensación de naturalidad y calidez, creando una conexión con el personaje. El uso de las disoluciones, que se utilizan para adentrarse a la historia o volver al entrevistado, ayudan a crear un ritmo y darle fuerza a la narrativa.

El sonido en cada capítulo es muy definido, la música es utilizada dependiendo de la región, temporalidad y más notoria el tono de la historia, esto ayuda mucho a resaltar en las emociones que está viviendo el personaje, y dar ese toque de singularidad; para resaltar algunos momentos también se utilizan efectos, como risas de niños, llanto, sonidos de lluvia, disparos, entre otros, con el fin de completar la narración y crear una atmósfera en la que el espectador se pueda adelantar en la historia.

Cuentos de viejos puede verse a través de dos portales web, en <https://www.rtvcpplay.co/series-de-ficcion/cuentos-de-viejos> este es el portal web de Señal Colombia, donde los usuarios pueden ver todos los capítulos hasta la temporada 4, sin embargo el portal original [www.cuentosdeviejos.com](http://www.cuentosdeviejos.com), se tiene una expansión del universo de esta serie, el usuario tiene la posibilidad de explorar y elegir el contenido que quiere ver, desde elegir por regiones, palabras claves, temporadas, entre otras, así mismo se puede tener un mayor conocimiento de la historia detrás de la serie, información de cómo hacer parte de este proyecto, lo cual nos lleva a la conexión con el público, ya que muchas de las historias encontradas a través de la convocatoria que ellos mismos realizan para que los usuarios envíen la historias de sus abuelos.

Desde la concepción del proyecto los creadores pensaron en un producto transmedia, con el fin de crear un contenido que como lo dijo uno de los productores, es que sea autosostenible, que sin importar donde se reproduzca el contenido este tenga sentido y hable por sí sólo.

## Campo justo



**Figura 2.** Imagen publicitaria, Campo Justo. Screenshot portal Campo Justo (2021)

**Creado por:** Mauricio Raigoza.

**Producción:** Mauricio Raigoza y Ministerio de Cultura.

**Dirección:** Mauricio Raigoza.

Campo Justo - AgroTips es una serie web dirigida por Mauricio Raigoza con más de 60 micro episodios estrenados en el año 2017, construida en base a contenidos formativos técnicos agropecuarios que brindan a la comunidad campesina métodos correctos, tips, herramientas y consejos para que la industria del campo sea próspera en todos los aspectos para el productor agropecuario, todo esto en conjunto resalta el carácter altruista y educativo del proyecto, Campo Justo y su nuevo proyecto derivado AgroTips (que se obtiene mediante una suscripción) documentan historias enfocadas en emprendimiento, el desarrollo sostenible y el cuidado del medio ambiente, todo encaminado a la educación de la comunidad agropecuaria en Colombia para un campo útil, desarrollado y rentable.

Los capítulos de 1 a 3 minutos de duración presentan un contenido conciso, directo y fácil de consumir, Campo Justo puede ser vista en su página web <https://www.campojusto.com/> y en su canal de YouTube homónimamente llamado “Campo Justo” finalmente poseen un nuevo proyecto derivado, AgroTips es la versión más enfocada y profesional que permite a los productores agro mediante una suscripción paga acceder a contenidos más especializados y personalizados para el crecimiento de sus industrias y productos <https://www.agrotips.co/>.

Campo justo – AgroTips funciona mediante una narración serial documental antológica que como característica principal tiene el ser rápido y conciso ya que cada capítulo no excede más de 3 minutos de duración, esto combinado con su potencial transmedia ya que estos micro capítulos se proyectan tanto en sus páginas web como en sus redes sociales.

La estructura del capítulo como tal comienza desde la ubicación espacial, los capítulos siempre nos muestran el lugar y los parajes en donde estará ubicada la historia, nos presentan el campo honesta y respetuosamente, la música con ritmos modernos acompaña desde el inicio hasta el final e invita a seguir visualizando el contenido, se construye una estructura directa y homogénea, los entrevistados se presentan a sí mismos y su emprendimiento, empresa, proyecto innovador e iniciativas sostenibles. El entrevistado se encuentra siempre a un lado del cuadro en un fondo rural donde cuentan sus experiencias, consejos, procesos, técnicas y demás esto acompañado por los insertos del quehacer que realiza el productor agropecuario y los trabajadores, finalizan presentando las conclusiones y termina de golpe casi siempre mostrando al final los patrocinadores y las marcas que aparecen gracias a la estrategia del *product placement*<sup>12</sup> planteada en algunos capítulos.

Cada capítulo de Campo Justo – AgroTips se caracteriza por llevar un ritmo rápido y dinámico, los personajes que son los productores agropecuarios, los campesinos y demás trabajadores de las empresas son presentados mediante gráficos minimalistas con transiciones ágiles, claramente los capítulos están diseñados para que al campesino y productor agropecuario le sirva el contenido en cuanto a practicidad e inmediatez son audiovisuales cortos y fáciles de entender, asimismo para llegar a estos resultados la búsqueda de su target fue algo progresivo ya que Campo Justo estaba previsto ser un proyecto dirigido a las personas de la urbanidad, mostrando al campesino como un héroe, pero con el paso del tiempo se dieron cuenta de lo poco que estaba siendo atendido el sector en materia de técnica agropecuaria, así que enfocaron el proyecto y finalmente encontraron su público teniendo presente que en la ciudad podían perseguir una mayor cantidad de público pero en cambio tomaron a la comunidad que en verdad querían llegar y le brindaron el contenido apropiado para el campo en Colombia avance.

---

<sup>12</sup> Product Placement es la técnica publicitaria que consiste en colocar un producto, marca o servicio de forma intencionada en una obra audiovisual, gráfica o literaria, a cambio de una retribución económica o de cualquier otro intercambio entre la empresa y la productora, intercambio que puede ser de abastecimiento de equipos, asesoramiento u otra manera de la cual se pueda evidenciar el papel de costo beneficio. (Solarte, 2017)

La fotografía en el proyecto busca siempre resaltar la naturalidad y frescura del campo en Colombia, todo se graba en día y la luz natural resalta y presenta una cinematografía llena de paisajes con colores saturados y vibrantes, las acciones, las entrevistas y los productos se ven siempre en un espacio coherente y pertinente a la situación, el color es saturado y brillante. En cuanto al arte se mantiene en la misma línea, toda la escenografía, la ambientación y la utilería está acorde al lugar que determina cada narrativa, se busca representar y resaltar el espacio donde ocurren los eventos y acciones sin intervenir en su fidelidad como entorno, así mismo los protagonistas aparecen con sus propias indumentarias que identifican su labor o profesión, el maquillaje y peinado se adecuan a la personalidad del individuo por lo general los productores agropecuarios, campesinos y demás trabajadores aparecen siempre al natural; los personajes se muestran seguros y totalmente se apropian de su labor y su misión, buscan evidenciar con pasión su empresa, trabajadores y propósito, el proyecto en pocas palabras busca mostrar a sus protagonistas de manera respetuosa, digna y profesional.

Campo Justo – AgroTips hace uso del potencial transmedia mediante su exposición en sus páginas web y redes sociales como Facebook y YouTube, presentan sus contenidos en su página web principal de Campo Justo que los hace elegir entre ver el contenido en la página web o visualizarla en su cuenta de YouTube, Mauricio Raigoza su director y productor resalta la importancia de las tecnologías en el campo y cómo estas han ayudado de alguna forma a expandir y apoyar los campesinos en su profesión y cito:

Tú vas a una finca y prácticamente ya te encuentras que todos tienen un celular con datos. Pues se volvió un instrumento crucial para la vida de todo el mundo, ya hasta en el campo. Si tú tienes acceso a datos, a internet con datos tienes acceso a AgroTips y a Campo Justo (Raigoza, M. entrevista personal, 07,2021)

Por otra parte, su contenido se nutre a partir de su comunidad en Facebook ya que esta proporciona una plataforma para la comunicación con su público, esto significó un espacio vital donde los espectadores expresan sus inquietudes o agregar temáticas para aplicar en próximos episodios, esta red social denominada por Mauricio como la del campesino en Colombia y cito:

La gente me decía lo siguiente Oye, ¿Cómo hago para cultivar mejor yuca? ¿Cómo hago para cultivar mejor papá? ¿Cómo hago? yo Decía. ¿Pero cómo así esta gente no sabe cultivar?... Otra cosa de crear una comunidad me parece crucial y es escuchar a la comunidad, porque cuando escuchas a la comunidad ellos te dicen qué quieren. Y eso es muy poderoso. (Raigoza, M. entrevista personal, 07,2021)

La importancia de Campo Justo es innegable, sobre todo para la población rural colombiana que necesita ser educada en cuanto a prácticas de mejoramiento y sus técnicas en cuanto a la agricultura,

este tipo de proyectos impulsa el campo y sus usuarios mediante el uso de las tecnologías y de la realización de proyectos transmediales para el campo, así como lo resalta su realizador Mauricio Raigoza, y cito:

Una cosa crucial es el poder de las tecnologías. Sí, porque todo va de la mano de las tecnologías porque hace 7 años era una locura. decir eso porque el campo está conectado, pero hace 7 años y más con la pandemia, las políticas públicas van encaminadas a fortalecer la digitalización del campo o al menos de sectores puntuales como veredas, colegios, escuelas rurales, centros de salud. Cuando vas al campo, tú te das cuenta de que a la gente que no le importa bajar kilómetros para tener acceso a internet o a colegios gratis. Porqué es importante para comprar insumos, para saber cuánto pagar por el producto... ya está cambiando la dinámica. (Raigoza, M. entrevista personal, 07,2021)

En síntesis el proyecto Campo Justo – AgroTips busca que la representación de sus contenidos rurales se presente de manera realista, estética, concisa y respetuosa para garantizar una comunidad que se logre identificar con las virtudes y sentido de esta serie web, las herramientas de la “serie web transmedia” como tal directamente impulsan los contenidos mencionados y es de gran importancia para la creación y el crecimiento de este proyecto por consiguiente estipular, identificar y estructurar una plataforma transmedia para la ampliación de comunidad en la web es de gran importancia para un proyecto que busca difundir y dignificar el campo en Colombia.

## Tonada al viento



**Figura 3.** Imagen publicitaria Tonada al viento. Screenshot portal canal 13 (2021)

**Título:** Tonada al Viento.

**Dirección:** Santiago Posada Saravia/Alessandro Angulo.

**País:** Colombia.

**Año:** 2020.

**Duración:** 7 Capítulos/25 minutos.

**Género:** ficción.

**Productora:** Laberinto producciones.

**Guion:** Mauricio Guerra.

Ángel Morante sale de la cárcel luego de haber pagado una condena de veinte años. Su única opción es regresar a El Olvido, el lugar donde perdió todo, pero donde cree que puede volver a comenzar. Al llegar a esta vereda de los Llanos Orientales pide trabajo en la hacienda ‘La Magdalena’, en la que trabajó cuando era un muchacho. Pero Orlando Giraldo, el viejo patrón, está muerto, y es Magdalena, su hija, la que ahora está al frente.

Tonada al viento es una serie de ficción ambientada en el llano colombiano que toma elementos de esta particular cultura para crear un lenguaje naturalista enfocado en una historia que desde un punto de vista ambiguo resulta siendo un retrato audiovisual del llano colombiano, en donde se expone una realidad con diferentes conflictos socioculturales. Los personajes, el lenguaje, la narración, la trama, la composición, la estética y las atmósferas se enfocan en crear un contexto cultural nativo de esta región ubicada en los llanos orientales de Colombia.

Desde el punto de vista narrativo **Tonada al viento** implementa en el argumento componentes de drama y suspenso implícitos para construir el ambiente hostil de la trama y fortalecer el desarrollo de los personajes. Cada elemento tiene un fin narrativo, desde las atmósferas hasta la puesta en escena, esto para lograr mantener la verosimilitud de la historia y fortalecer el argumento de esta. Una historia común desarrollada a partir del personaje principal será éste quien lleve el hilo conductor de la historia por medio de las situaciones y decisiones que toma a lo largo de la narración, en este punto se identifican los tres actos de la trama, primero la llegada después de la cárcel a su pueblo natal, segundo los cambios que surgieron el tiempo que estuvo ausente, tercero enamorarse y enfrentarse a la persona que lleva las riendas del lugar en donde se instaló. Los puntos de giro están contemplados por la llegada de nuevos personajes quienes detonaron el conflicto que llevará a los personajes a desafiar al destino con diferentes situaciones de vida.

Los personajes tienen características y comportamientos particulares que los identifica como nativos en este caso particular de su región. Resaltar cada uno de estos elementos requiere un conocimiento previo de la cultura, el entorno y las costumbres específicamente de este lugar. Los comportamientos y las características más comunes de los personajes están ligados a la vida en el campo, la forma de hablar un poco tosca hace una representación de muchos aspectos psicológicos y de comportamiento específicamente en esta cultura, la forma de vestir con prendas desgastadas hace referencia a una vida de trabajo en la que los superficialísimo no tienen cabida, el enfoque de todos los elementos que comprenden la construcción de los personajes está centrado en mostrar la naturaleza de cada uno sin exagerar ninguna de sus características.

El tratamiento para mantener la naturalidad se fortalece por medio de la estética de la serie la fotografía principalmente retrata los mejores detalles de los lugares con un manejo de cámara estable que no irrumpe en la puesta en escena, sino que al mismo tiempo ayuda a mantener ese punto de enfoque sobre las situaciones de la trama. Los movimientos de cámara y planos tienen como objetivo crear un contexto y situar al espectador a este entorno lleno de enormes paisajes y lugares que para algunos son desconocidos, dichos lugares específicamente locaciones y espacios cerrados mantienen una estética naturalista que no tiene manipulación alguna ya que los elementos que componen estas atmósferas son genuinos y resaltan mucho más los componentes naturales de las escenas.

Del análisis de las obras se pudo establecer la siguiente tabla.

Tabla 1.  
*Análisis de obras*



Categoría/ casos	Cuentos de Viejos	Campo justo	Tonada al viento
<p><b>Componente tecnológico</b></p>	<p>Su contenido puede verse en el portal de RTVC play.</p>  <p><b>Figura 4</b> portal RTVC Play <a href="https://www.rtvcpay.co/series-de-ficcion/cuentos-de-viejos">https://www.rtvcpay.co/series-de-ficcion/cuentos-de-viejos</a></p> <p>Anteriormente contaban con un dominio propio donde había más información sobre la serie, como premios, detrás de cámaras, entre otros, así mismo tenían un espacio para recibir nuevas historias.</p>	<p>El contenido se puede ver a través del portal web propio de Campo justo, en este se encuentra todos los capítulos y también abre el espacio a que los espectadores puedan contactar a los creadores.</p>  <p><b>Figura 5</b> Portal campo justo <a href="https://www.campojusto.com">https://www.campojusto.com</a></p>	<p>La serie se puede ver a través del portal web de Canal 13, donde están los 7 capítulos completos.</p>  <p><b>Figura 6</b> Portal canal 13 <a href="https://canaltrece.com.co/programas/tonada-al-viento-serie-llanera-canal-trece-laberinto-producciones/">https://canaltrece.com.co/programas/tonada-al-viento-serie-llanera-canal-trece-laberinto-producciones/</a></p>
<p><b>Narrativa/ formato</b></p>	<p>Serial documental antológica.</p>	<p>Serial documental antológica.</p>	<p>Serial de ficción.</p>
<p><b>Representación visual</b></p>	<p>Hibridación entre el documental (animado) y la</p>	<p>Formato convencional de entrevista.</p>	<p>Utiliza todos los elementos de la ficción.</p>

	animación, que tiene estilos de animación en cada historia.	Uso de gráficos recurrente para darle un toque moderno y refrescante.	
<b>Expansión</b>	<p>-Televisión: Se proyecta en el Canal de señal Colombia.</p> <p>-Página web propia: en esta se abre el espectro del contenido, ya que Contiene material exclusivo.</p> <p>-RTVC Play plataforma de steaming donde se puede ver toda la serie.</p> <p>- Redes sociales: Facebook y YouTube, se abre el espacio a la participación.</p>	<p>-Página Web propia: se puede ver todo el contenido.</p> <p>- Redes sociales: como Facebook e Instagram ahí muestran clips de los capítulos para que el espectador vaya a la página principal.</p> <p>En YouTube Están algunos capítulos completos.</p> <p>-Página web AGROTIPS: Acceso exclusivo a contenido a través de un pago mensual.</p>	<p>- Página web: Serie completa en el portal de Canal 13. No tiene información adicional, sólo los capítulos.</p> <p>- Redes sociales: en el canal YouTube de Canal 13 se encuentras todos los capítulos.</p> <p>-En Facebook, tiene contenido exclusivo como entrevistas, detrás de cámaras de la serie.</p>

*Nota:* Autoría propia.

A partir del análisis de las obras cinematográficas y de la tabla de información se pudo concluir que el componente tecnológico que en esta caso son las páginas web, son muy similares en los tres casos, y que es algo muy común cuando se habla de series transmedia en Colombia, sin embargo, la forma en la que las tres expanden sus relatos es diferente, empezando con **cuentos de viejos** que expanden sus relatos a través del contenido en sus página web y que también transmiten los contenidos por televisión pública. Por el lado de **campo justo** y **tonada al viento** sus estrategias están más relacionadas a las redes sociales como Youtube y Facebook, aquí abren sus espacios a la participación del público e intentan con ellos. Lo que conecta a las tres series está muy ligado con la participación, ya que, en todas estas, la comunicación con su público es importante e incluso ayuda a la construcción de nuevas historias o investigaciones.

La construcción de un universo narrativo, donde se pueda muestra una identidad propia del contenido, es parte fundamental de estas series, ya que cada una de estas tiene un contenido que lo hace único, desde las historias, las formas de relatarlas, los elementos como la animación y la graficación, hacen que cada serie tenga su toque y que sea llamativa para el público. Todas estas también muestran contenido adicional, lo cual es muy importante para que esto le da cierto poder al espectador, dándole la libertad para elegir qué ver para enriquecer la historia.

## 8. Capítulo III

### Proceso de realización capítulo piloto “Isabel” de historias con sombrero

En el proceso de creación del animatic, documental y página web, encaminamos las herramientas aprendidas en la previa investigación, desde los diferentes departamentos, empezando por la concepción misma de la idea de Historias con sombrero, hasta los aspectos claves de la producción, entendido que la investigación fue enfocada en series completas, utilizamos lo aprendido en este primer acercamiento del capítulo piloto Isabel, como parte de lo que se espera obtener en la serie completa.

Empezando desde la concepción de la serie web **Historias con sombrero**, que surge a partir de las experiencias que el director tiene en algunos pueblos de Colombia, en estos lugares, empieza a llenarse de historias, lo que genera en él la idea de crear un proyecto para poder relatar todas estas. Con esta idea en mente, se consolidó un grupo de trabajo, donde se empezó a estructurar la idea, de ahí nace “villa rural” que fue el primer nombre que se le dio a la serie; la idea siguió en proceso de desarrollo, entre los muchos cambios y uno de los más importantes fue el nombre, ya que este sería el fundamento de lo que se buscaba crear, y todos esos cambios salió “Historias con Sombrero” lo que le dio ayuda a robustecer la idea y las historias.

Luego de consolidar la idea general, por una visita inesperada al pueblo de Monguí en Boyacá, donde el director ve a una niña que caminaba por el pueblo junto con un rebaño de animales, decide acercarse a tomar unas fotografías y termina conversado con ella, allí ella le cuenta lo que sería clave para la construcción del guion que fue su afición por la fotografía, de esa corta conversación nace, **Isabel**, la premisa era una adolescente en el campo, con recursos económicos limitados intentando desarrollar un oficio como el de la fotografía, ese fue el punto de partida para la creación del guion.



**Figura 7.** Isabel en Monguí Boyacá. Autoría propia.

El guion tuvo un proceso de escritura de aproximadamente tres meses en el año 2020, la idea original fue creada por Edwin Hernández, que se desempeña como director general, el guion fue escrito por Nicolás Duarte, anterior miembro del equipo, en este proceso se establecieron tres fases para la escritura del guion, empezando la escritura en base a la estructura narrativa, buscar verosimilitud en la narrativa y arcos dramáticos de los personajes, en la segunda parte, se procedió a redactar según la investigación de lenguaje y cultura y finalmente se hicieron las correcciones pertinentes en relación con los problemas narrativos y los diálogos. Durante la escritura del guion, uno de los principales problemas fue el captar la cultura y crear escenarios verosímiles para la historia, los diálogos fueron bastante complicados, ya que capturar la forma tan característica de esta región no fue fácil siendo ciudadanos, fue un proceso complicado y largo, hasta que se logró un lenguaje claro y creíble para la historia.

Después de tener el guion finalizado, se crearon las propuestas de fotografía, sonido, montaje y diseño convergente, en base a esto se inició el proceso para el rodaje, sin embargo, la pandemia del Covid 19 nos hizo modificar drásticamente los planes, debido al confinamiento y todas las medidas de seguridad, la universidad junto con los profesores agregaron nuevas formas para poder presentar los proyectos de grado, de ahí sale la idea de reliación de animatic.

En un inicio el animatic comenzó como un concepto basado en proyectos e ideas en los que ya habíamos trabajado en el campo de la animación, así que en nuestro pensamiento ya teníamos idea de lo que teníamos que hacer, empezamos con los diseños de personajes, un proceso bastante tedioso y largo ya que cada uno teníamos nuestra manera de conceptualizar la estética y el estilo de animación para nuestro animatic, se realizaron varios conceptos y borradores.

Como se puede observar desde la imagen 8 hasta la 16, pasamos por varias etapas de selección las cuales fueron de gran ayuda en el proceso de creación, finalmente, pudimos concretar un diseño y estética para el animatic con líneas gruesas, rasgos caricaturescos y tiernos, texturas de telas reales y colores llamativos sin sombra.



**Figura 10.** Borrador 2 Isabel. Autoría propia.



**Figura 9.** Primer borrador de Isabel. Autoría propia.



**Figura 8.** Primer concept Isabel. Autoría propia.



**Figura 13.** Diseño final Isabel. Autoría propia.



**Figura 12.** Borrador personajes. Autoría propia.



**Figura 11.** Borrador Isabel. Autoría propia



**Figura 16.** Concept completo. Autoría propia



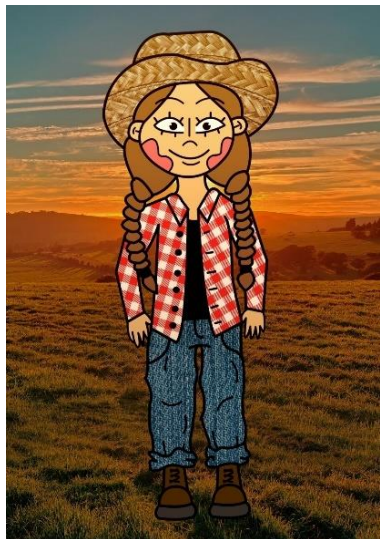
**Figura 15.** Concept Isabel. Autoría propia



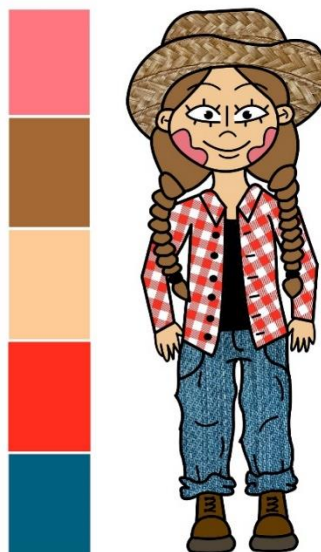
**Figura 14.** Primer concept de personajes. Autoría propia



Al crear a los personajes, queríamos darles un toque único de ahí sale una característica que destaca a nuestros personajes principales es un rubor en forma de mancha en sus mejillas véase Imagen 17 que la diferencia de ciudadanos y personajes terciarios.

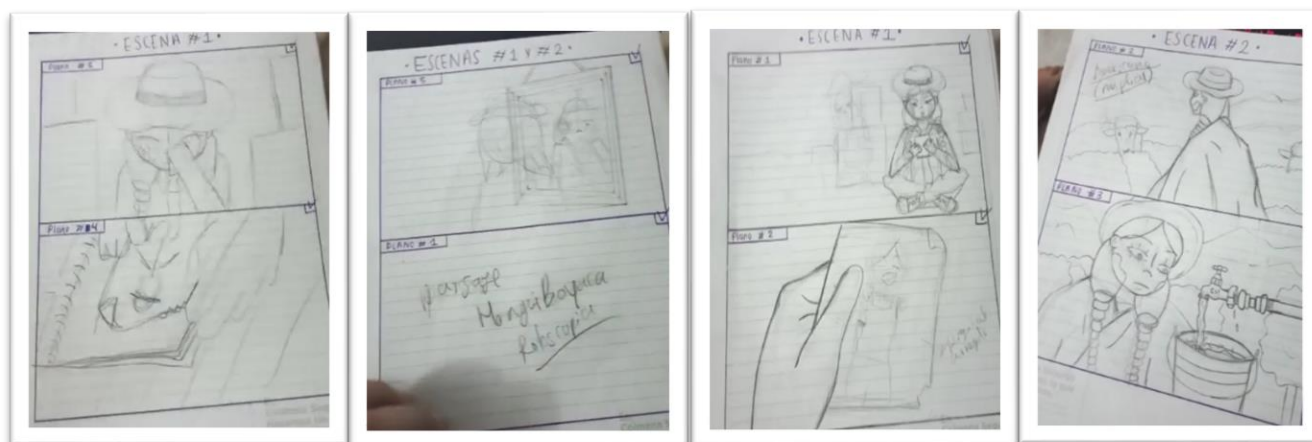


**Figura 18.** Isabel con propuesta de fondo. Autoría propia.



**Figura 17.** Diseño final Isabel y paleta de color. Autoría propia.

Una vez se tenían los conceptos claros del estilo de graficación, se realizaron los cambios en las propuestas por departamento, si bien muchos conceptos generales se mantuvieron, el cambio de animatic a live action es muy grande, esto implicó un trabajo para cada miembro del equipo. En medio de este proceso, se dio inicio al guion técnico que derivó en el primer paso del animatic, el Storyboard



**Figura 19.** Cuaderno storyboard. Autoría propia.

Como se ve en la figura 19, el story board tiene algunos dibujos muy claros y bien dibujados que posteriormente se utilizarían para la creación del animatic, y otros muy sencillos que simplemente serían para marcar las acciones e incluir indicaciones.

El proceso de realización se dividió en varias etapas, la primera fue el dividir las escenas y planos en carpetas en base al guion técnico, con esto se realizó un estimado de tiempo dependiendo de la dificultad de cada una de estas, por ejemplo, por una escena de 4 a 6 planos, el trabajo sería de 4 días aproximadamente, de esta forma se estructuró el plan de trabajo.

En la siguiente etapa, para ayudar al proceso de dibujo se buscaban las guías para las posiciones, y si no se encontraban en la web, se tomaba una fotografía de referencia de la posición del personaje, una vez se tenían las guías, se realizaba el primer dibujo en el cuaderno de story board donde se conceptualiza el borrador. Cuando el plano requiere muchos elementos, estos se dibujan en hojas aparte, que luego se utilizaran para complementar la imagen.



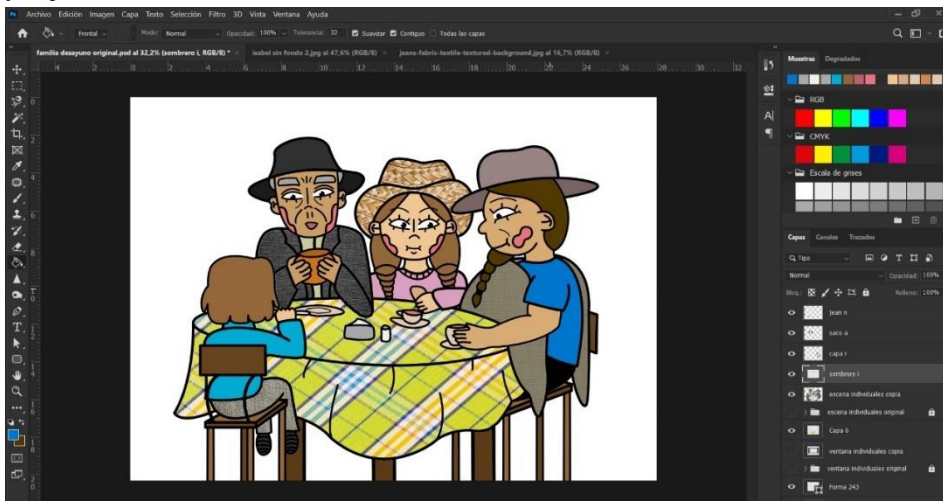
**Figura 20.** Cuaderno de storyboard. Autoría propia.

La siguiente etapa es la de digitalización de la imagen, se tomaba una foto del dibujo como guía en Photoshop, con la herramienta de la pluma se realizan las líneas, en este proceso siempre se aseguraba de que las líneas quedaran fluidas.



**Figura 21.** Screenshot proceso animatic. Autoría propia.

Empieza la etapa de color, donde se combinan los colores y texturas para dar una referencia al material que se quiere para el futuro rodaje, los colores son definidos para cada personaje, por ejemplo, el abuelo lleva una paleta de color con bastantes grises, colores opacos y texturas de paño y tejidos.



**Figura 22.** Screenshot proceso animatic. Autoría propia.

Ya terminada la etapa de color de todos los elementos del plano, empieza el proceso de los fondos, se agregan los elementos juntos con los fondos fotográficos con su respectiva profundidad de campo de acuerdo con el plano establecido en el guion técnico, finalmente se añaden sombras, detalles y un filtro de acuerdo con el momento del día.

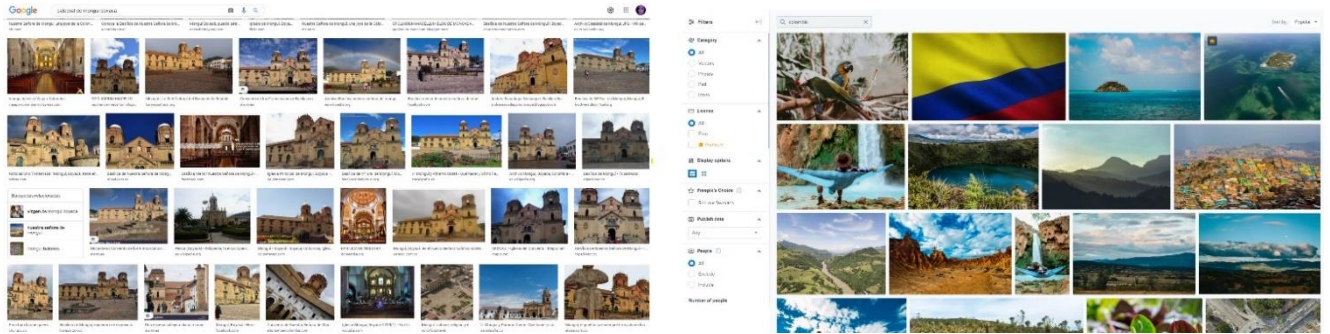


**Figura 23.** screenshot proceso animatic. Autoría propia.

Una parte muy importante del proceso del animatic, fue el tema de los fondos, por temas relacionados con el tiempo, la idea inicial era tomar las fotografías de los espacio en el scoting, sin embargo, el cronograma dictaba que el proceso del animatic tenía que iniciar, por ende tuvimos que adaptarnos al tiempo y las circunstancias, por lo que se utilizaron imágenes de archivo como referencia.

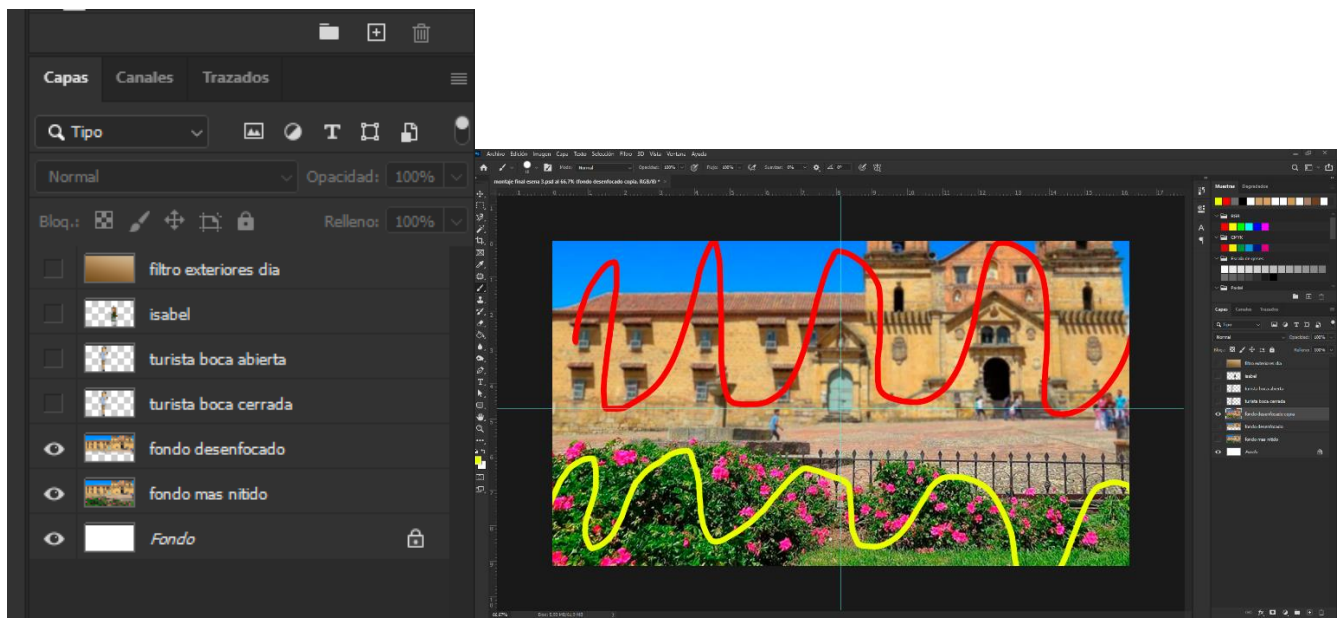
El proceso de fondos en este animatic en específico es muy sencillo y acorde a los referentes y propuesta de animación, primero que todo nos tomamos la tarea de buscar imágenes, de una muy buena calidad y lo más parecidas a las locaciones expuestas en el guion, como los lugares y sitios de la historia son tan específicos es una tarea que toma su tiempo en el caso de que no encontremos registros fotográficos de la zona descrita, procedemos a buscar espacios con las mismas características pero en otras locaciones.





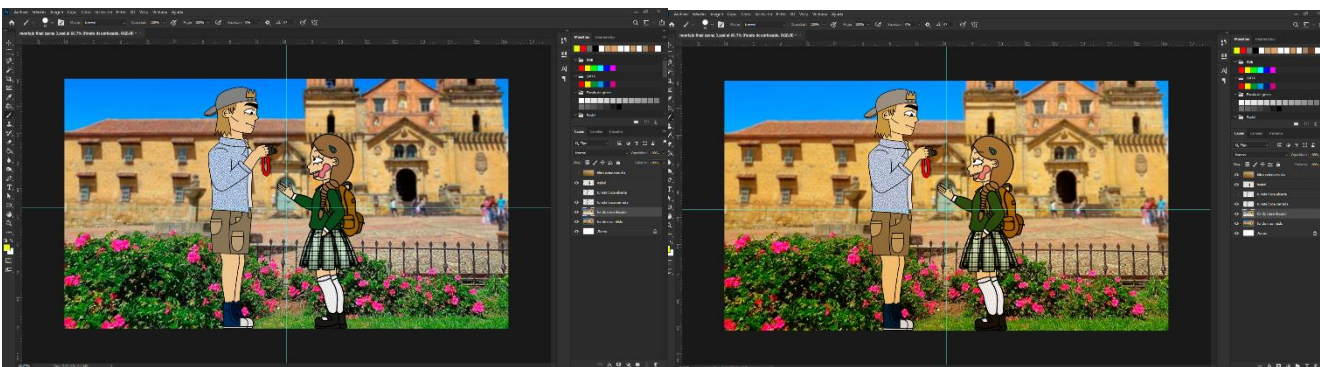
**Figura 24.** Referencias de espacios. FREEPIK.COM y Google Imágenes (2021)

Procedemos a organizar nuestros elementos para montar el cuadro final, tomamos en capas separadas los personajes, el fondo o el registro fotográfico seleccionado y el filtro que es solo en planos exteriores -día.



**Figura 25.** Screenshot proceso de fondos. Autoría propia.

Ya teniendo todas las capas y elementos individuales en el proyecto, borramos con un borrador bien difuso los elementos que están más cercanos a nuestros personajes esto con el fin de lograr un estilo más realista ya teniendo el fondo completo podemos empezar a agregar los elementos finales.



**Figura 26.** Screenshot proceso fondos. Autoría propia.

Ya con nuestros personajes y filtro de exteriores-día damos por terminado esta composición de fondo sencilla pero efectiva.



**Figura 27.** fotograma animatic. Autoría propia.

Una vez finalizadas todas las escenas, se realiza el montaje, organizando toda las escenas en planos por cada hoja de guion en ilustraciones, los elemetos que se mueven en el animatic, se trabajan en formato PNG y se organiza en tres parte, fondos, personajes y filtros, finalmente se agregan las voces de doblaje. En el proceso de sonido, se grabaron las voces en un estudio para que estas estuvieran en muy buena calidad, sin embargo no se contrataron actores de voz profesionales, por medio de amigos o familiares, se logró encontrar una voz que se acoplara y dieran el dramatismo necesario, así mismo se realizó un diseño sonoro completo (doblaje, SFX, ambientes y música) con el fin de dar una versión mas cercana del proyecto final.



Para la parte documental de Isabel, se tenía pensado realizar una entrevista a la niña para que ella contara su historia, sin embargo, por problemas personales Isabel ya no vive en Monguí y toda comunicación con ella se perdió. Por medio de diversas entrevistas realizamos una especie de contrucción de Isabel a través de las personas que la conocieron, entre ellas su mamá y hermano.



**Figura 28.** Fotografía Mamá y Hermano. Autoría propia.

El scouting dio paso a un entendimiento de los espacios y los personajes, enriqueciendo el relato por medio de las entrevistas a los habitantes, los lugares y los espacios, esto no sólo ayudó a ver Monguí a través de Isabel, si no para complementar el contenido del proyecto y darle una identidad y verosimilitud. Los relatos de las personas con las que interactuamos nos llevó a ver el sentido de la serie misma, incluso la familia que por si sola podría ser una serie completa.



**Figura 28.** Fotografía Joaquín Dueñas Habitante Monguí. Autoría propia.

Por medio de las conversaciones con los habitantes identificamos los lugares representativos del pueblo, con fotografías y videos que son parte del contenido expandido de la serie, para así invitar a los espectadores a visitar estos lugares poco conocidos en Colombia, que es parte del objetivo de la serie.



**Figura 29.** Fotografía catedral de Monguí. Autoría propia.

En la concepción del Animatic se exploró la posibilidad de hacer un scouting en Monguí Boyacá a causa de la pandemia, factores económicos y eventos de fuerza mayor, la exploración no pudo ser concretada, por tal motivo el proceso creativo y de desarrollo del Animatic fue encaminado gracias a material de internet y relatos de turistas, no obstante la posibilidad se presentó durante una etapa de realización más avanzada de este producto lo que represento un conflicto en cuestiones de formatos y la calidad de estos, ya que el estilo del Animatic hace uso de material fotográfico real del pueblo y sus zonas rurales, estos elementos se tomaron muchas veces de locaciones que se asemejaban a Monguí o que lo eran pero en una calidad muy baja; en esa misma línea conocer el pueblo de Monguí aún cuando el proceso ya está tomando forma nos ayudó a construir y determinar escenarios, ambientes y utilería, que son de gran importancia para el personaje, por ejemplo en la concepción nos imaginábamos la casa de Isabel un poco más colonial y similar a las casas y edificaciones de Monguí con una paleta de color característica del pueblo en blanco rojo y verde, pero no fue así, estos encuentros nos ayudaron a construir mejor a los personajes y sus entornos,



conocimos a las gente de Monguí, personas muy humildes y orgullosas de su pueblo y su identidad, nos encontramos con elementos que hacen a Monguí un lugar interesante y digno de visitar, gracias a esta exploración obtuvimos una aproximación más realista a la familia de Isabella, las locaciones y el ambiente en general, en definitiva examinar el pueblo de Monguí Boyacá nos permitió complementar y finalizar una etapa de la realización muy importante que fue darle autenticidad al animatic y al proyecto en general.



**Figura 30.** Fotografía Casa Isabel. Autoría propia.

En base a la investigación realizada, empezamos a buscar la forma de expandir los relatos a través del uso de las herramientas transmedia, lo primero fue hacer una página web, esta como base de lo que se busca obtener con la serie en general; la página web tiene la división del capítulo piloto, Isabel, que consta de sinopsis, descripción del personaje principal, información geográfica del Mongí Boyaca, la entrevista a las personas que conocieron a Isabel, a todo este contenido adicional se puede llegar por medio de los pop ups que van dentro del animatic, dando la libertad al espectador para que pueda obtener más información.

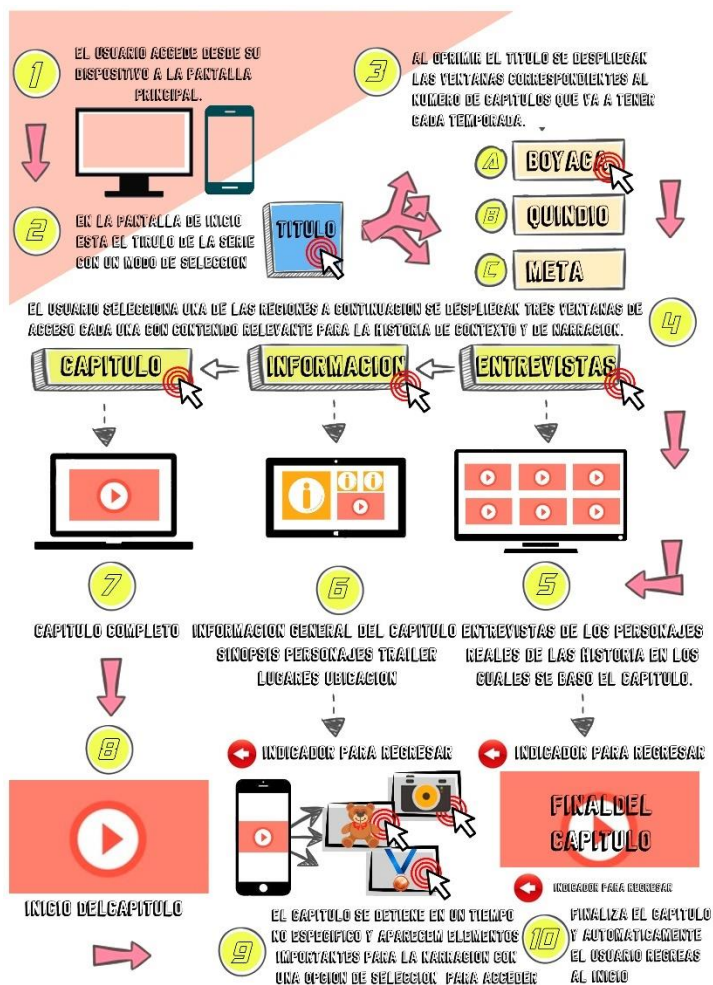


Figura 29. Mapa interactivo de Historias con Sombrero. Autoría propia.

Durante el proceso del animatic pudimos ver que este no solamente podría ser el pre view de lo que se espera de la serie, si no que otra extensión del proyecto, ya que este se volvió un producto asociado a la expansión transmediática, como complemento de motion graphic, que entra en la estrategia dentro de universo del proyecto.

## Conclusiones

La transmedia es un concepto que alude a las nuevas narrativas, y que de a poco se establece como la nueva forma de contar historias, a través de la expansión de los relatos mediante los diferentes medios y plataformas, creando un universo narrativo más amplio donde el espectador asume un rol activo; El fenómeno de la narrativa transmedia abre nuevos caminos para la industria audiovisual, ya que al tener audiencias tan diversas y fragmentadas, son las nuevas narrativas las que ayudan a diversificar el contenido y los canales de distribución en torno al relato. En Colombia, la serie web es un fenómeno relativamente nuevo, que ha ayudado a abrir camino a nuevos realizadores y al poder contar historias que no tendrían cabida en los medios de comunicación tradicionales.

Por otra parte, en la búsqueda de referentes audiovisuales colombianos no se encontró un producto audiovisual que cumpliera con todos los componentes, tales como: seriado web transmedia y ficción con temática rural, planteado para la serie **Historias con Sombrero**, por lo que se analizaron los componentes por separado a partir de tres series que tenían al menos uno de estos, empezando por la serie web **Cuentos de viejos**, que utiliza las herramientas transmedia para llegar a público mayor expidiendo sus relatos a través de diversas plataformas, y que tiene como eje la participación de los espectadores, para analizar las temáticas rurales se utilizó la serie web **Campo justo**, que se especializa en contenido rural documental e informativo, enfocado en la agricultura, y finalmente para la ficción rural se utilizó **Tonada al viento**, serie web que acopla el elemento ficción en un entorno rural.

Frente al análisis de las herramientas transmedia, se pudo identificar que en orden para que las producciones audiovisuales tengan mayor acogida, las historias deben contener información suficiente para que a partir de esta puedan expandirse los relatos; la complejidad en el universo narrativo es útil para crear en el espectador el deseo por buscar más información, lo que abre el espectro haciendo que el espectador asuma un rol activo que es parte vital del fenómeno transmediático. El uso de diversas plataformas que permiten la entrada al universo narrativo, pero que el contenido debe ser especializado para cada una, para que así el espectador tenga una experiencia adecuada. Finalmente, el uso de las redes sociales es fundamental, ya que ayuda a complementar y potenciar el contenido a una audiencia específica, partiendo de estas herramientas, se prestan las bases para la realización de la serie web **Historias con sombrero**.

## 9. Referencias

- Aguilar, P. L., Glosan, M., Grondona, A., & Hadar, V. (2014). ¿Qué es un corpus? Revista de la Carrera de Sociología, 4(4), 35-64.
- Ángel C (directora y directora), (2012) Susana y Elvira [serie web] Colombia, Mimosa.
- Aristizábal, J. P. (2017). El análisis de la representación , el artículo Una propuesta de análisis cinematográfico integral. KEPES, 11-32.
- Aroztegui Massera, C., Alvarado, R. G., & López, M. I. (2009). El Storyboard y el Animatic en la Enseñanza del Proyecto de Arquitectura [Storyboarding and Animatics in Architectural Education].
- Así somos (2016) [serie multiplataforma], Colombia, Señal Colombia
- Barragán, F. (productor), (2013) Adulto contemporáneo [serie web] Colombia, Dirty Kitchen.
- Bullseye, (productor), (1995) The Animated Series Y Rat Chicken [series web] EE. UU, Bullseye Art.
- Burns B, Hullum M (director), (2003) Red vs. Blue [series web] EEUU, Rooster Teeth Productions.
- Cabrera, M., Codina, L., & Salaverría Aliaga, R. (2019). Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos. Revista Latina de Comunicación Social, (74), 1506-1520.
- Cappello Flores, G. (2019). Prácticas narrativas en las ficciones seriadas para la web. Una mirada a la producción de cuatro países en Sudamérica. Comunicación y sociedad, 16.
- Casetti, F. (2013). Cómo analizar un film. Barcelona : Grupo Planeta.
- Cheney D, Hampel C, McCaleb C, Wise R (director), Blakely M (productor), (2006) Sam Has 7 Friends [series web] EEUU, Big Fantastic.
- Collins, F. &. (Productor), & S, Z. (Dirección). (1995). *The Spot* [Película]. EEUU
- Dematei, M., & Piaggio, M. L. (2015). Cuentos de viejos: los relatos de la memoria. Con A de animación, (5), 88-101.
- Dematei M (director), L. Piaggio (productor), (2013) Cuentos de viejos [serie web transmedia] Colombia, Señal Colombia.
- Dioses, K. R., Rojas, T. A., & Moreno, H. P. (2017). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 23(1), 223.
- Dioses, K. R., Rojas, T. A., & Russo, A. L. H. (2020). El storytelling como herramienta de comunicación interna: una propuesta de modelo de gestión. Management Letters/Cuadernos de Gestión, 20(1), 137-154.

- Hernández Rosal, S. E. (2019). La violencia de género en la sociedad colombiana, representada en webserie policial y un guión. Bogotá: Pontificia universidad Javeriana.
- Jenkins, H. (2008). Cultura convergencia (Convergence Culture). Barcelona: Paidó
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red (Vol. 60). Editorial Gedisa.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red (Vol. 60). Editorial Gedisa.
- Martínez, V. C. (2018). Un método didáctico de empoderamiento a partir de la serie de tv: «Black Mirror». Vivat Academia, 37-49.
- Manovich, L. (2005). El lenguaje de los nuevos medios. Capítulo: ¿Qué son los nuevos medios?
- Merca2.0. (2017). Mercadotecnia Publicidad Marketing Noticias | Revista Merca2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/animatic>
- Mendoza PL (productor), (2017) Selección natural [serie web] Colombia, Helena Films.
- Monzoncillo, J. M. Á. (2011). La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios (Vol. 24). Fundación Telefónica.
- Montoya Bermúdez, D., & García Gómez, H. (2016). Estructuras narrativas en relatos cortos y serializados para la web. Anagramas.
- Montoya, D. F., & García, H. (2016). Estructuras narrativas en relatos cortos y serializados para la web.
- Padilla, M. (2008). Web 2.0 y su aplicación a la educación. Posgrado Y Sociedad, 8(2), 58-71.
- Patiño, S. (05 de 2020). Entrevista Sebastián Patiño . (A. Benavides, Entrevistador)
- Pérez JF (director), Ruiz EH (productor), (2013) Déjà Vu [serie web] Colombia.
- Pieschacón Moreno, J. P. (2018). Identidad multiplataforma. Análisis de la representación de la identidad colombiana, las prácticas de producción y los procesos de circulación y difusión convergente en el proyecto multiplataforma Así Somos de Señal Colombia.
- Posada S (director), (2020) Tonada al Viento [serie web] Colombia, Canal 13.
- Raigoza, M. (05 de 2020). Entrevista director Campo justo . (V. Hernández, Entrevistador)
- Raigoza M (director) y (productor), (2015) Campo justo [serie web] Colombia.
- Ramírez, E. (2014). Análisis de la narrativa audiovisual de la serie web ‘Déjà Vu’ (Doctoral dissertation, Tesis de pregrado]. Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga. Bucaramanga, Colombia).
- RCN (productora), (2008) Almas perdidas [serie web] Colombia, E-NNOVVA de RCN y 2&2 Producciones.

- Rocha S, Wilches S, Rivas S (director) y (productor), (2009) El pequeño tirano [serie web] Colombia.
- Rojas, D. (10 de 2020). Entrevista Dario Rojas . (V. H. Alejandra Benavides, Entrevistador)
- Salcedo G (director), (2019) El inquisidor [serie multiplataforma] Colombia, Señal Colombia y SmartFilms.
- Sanchez, C. C., & Otero, T. P. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(2), 102-125.
- Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan.
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de cultura digital*, 1, 71-81.
- Solarte Arias, J. P. (2017). La utilización del Product Placement en la serie “House of Cards” de Netflix en las temporadas 1 a 4 (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente).
- Tobar M, (director), Reyes y (productor), (2012) 4Ríos [serie web transmedia, multiplataforma, interactiva] Colombia.
- Tobar Panchoaga, E. M. (2018). 4 ríos: narraciones digitales multiplataforma sobre el conflicto armado y la memoria histórica en Colombia.
- Quiroga, S. R. (2016). Nuevas narrativas y transmedia: la actividad de las audiencias. *Question*, 1, 284-301.
- Ureña, F. (2008). La web 2.0. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia, UNED.
- Webster., M. (2021). Merriam-Webster.com dictionary. Retrieved October 26, 2021. Obtenido de Animatic, Merriam-Webster.(n.d.): <https://www.merriam-webster.com/dictionary/animatic>

## 10. Anexos

### Anexo 1. Entrevista al profesor Darío Rojas.

Entrevista al profesor Darío rojas, consideramos que su experiencia en el campo de la teoría del cine y las nuevas narrativas es pertinente en relación con el tema de la investigación realizada.

#### **¿Qué es transmedia?**

Básicamente transmedia expandir relatos, eso es, tienes tú tienes un universo diegético, tu escribes tu universo diegético, tú escribes tu historia y si tienes si tienes presupuestado hacer la transmedia, es decir que nazca como un proyecto transmedia vas a tener en mente siempre expandirlo, ahora esa es la idea sencilla, el problema son los teóricos que empiezan a ponerle nombrecitos y términos y conceptos a la forma en que se dan esas expansiones, ¿sí?, entonces es cuando te encuentras con lo hipermedia, lo multimedia, lo Cross media los multiplataforma, esas serían los mecanismos que tú utilizas para hacer la expansión. Entonces yo le explico de esta manera los muchachos en mi clase, yo les entregó una caja esa caja se llama transmedia, cuando tú abres esa caja tú vas a encontrar diferentes bolsitas esta es una de esas cositas se encuentra el término multimedia encuentras el término multiplataforma, entonces con los transmedia nosotros lo que hacemos es definir proyectos de carácter expansivo, ¿sí?, universo de diegéticos que se cuentan en diferentes formatos plataformas o soportes; Cuando tu piensas en el concepto de transmedia tienes que pensar en fragmentar el relato y qué opciones tienes para fragmentar en ese relato, conocer muy bien tu universo diegético y saber que se va a fragmentar, para eso también hay unas estrategias, de ahí para adelante tú defines cuál es el mejor formato para esa expansión, si un comic, un videojuego, si unos movisodios o webisodios, si una secuela o una precuela, etcétera, entonces básicamente lo transmedia es eso, es una forma compleja de acceder a los relatos.

#### **¿Cómo ha cambiado la industria audiovisual el fenómeno de la transmedia?**

Es una es una es una pregunta muy interesante, digamos que lo que cambia la industria no es lo transmedia en sí mismo, lo que cambian la industria son las posibilidades que encontramos en las situaciones digitales, lo digital en tanto a una cosa que no tienen que no tiene cuerpo, se presta para lo transmedia pero eso es muy diferente a que lo transmedia cambie el medio lo que cambia el medio realmente son las posibilidades digitales y las posibilidades que ofrecen las TICS (tecnologías de la información) es decir si tú tienes un teléfono celular que tiene un sonido en ultra alta definición y te está grabando en cuatro 4k, el problema no es de si haces transmedia o no el

problema de que tienes que aparatico en el bolsillo para grabar y tú te das cuenta que ahorita hay muchas convocatorias que dicen, bueno graba desde tu celular ¿cierto?, eso si cambia la cinematografía, eso si cambia el audiovisual, los transmedia viene ahí como apoyo a ofrecer posibilidades sobre ese cambio.

**¿Podría decirse que los contenidos transmedia siguen siendo en la actualidad novedosos y una forma moderna de contar y relatar historias?**

Yo soy de los que para que tu digas es que es una nueva manera pues va de la mano con la original ¿cierto?, lo nuevo, lo original y lo innovador son 3 cosas distintas que se metieron en la misma en la misma bolsa, se revolvieron se trataron de la misma forma, entonces hay mucha gente que se empieza a preguntar bueno ¿cuál es la terminología asociada a lo transmedia?, y ahí hay un problema, otra gente se pregunta ¿qué es lo nuevo de los nuevos medios? y ahí hay otro problema que tiene esta contemporaneidad. A los estudiantes les digo qué es lo que pasa porque se confunde tanto y cómo que afectan tanto estas palabras, porque nosotros estamos construyendo la teoría en caliente, solo el tiempo va a decir realmente lo transmedia en el paso de 1990-2000-2010-2020-2030-2040 realmente se definió a sí pero sólo en el 2060 en 2070 seguirá aquí es donde está la teoría entonces nosotros estamos viviendo una época de cambio y esos cambios no los podemos poner en papel y menos cuando van de la situación tecnológica.

**¿A futuro el fenómeno transmedia podría ser la fórmula o la regla general para la creación y distribución de contenidos de entretenimiento y demás?**

Sí y no sólo eso, ahorita estoy redactando un artículo que dice, lo transmedia es la forma de explicar la manera de comunicación contemporánea, entonces lo transmedia se convierte en un modelo epistemológico, en un modelo teórico sí, así como hay unos modelos de comunicación que son tradicionales, hay que consolidar a lo transmedia como la forma de explicar la manera en que nosotros incluso nos comportamos. Entonces sí va a ser lo normal y los teóricos ya le empiezan a decir oigan si tú no te subes al tren de los transmedia vas a perder... Por eso entonces empiezan a aparecer carreras emergentes, el arquitecto transmedia, el artista transmedia, el ingeniero transmedia y el productor transmedia, eso van a hacer carreras, y eso va a pasar, entonces que lo transmedia va a explicar el futuro de la narración sí pero no sobre el futuro de la nación sino del futuro si no es que no sé si es el presidente porque nosotros lo estamos viendo así, va a llegar el momento en el que se consolide como el presente de nuestros modelos de comunicación.



**¿El componente transmedia en los proyectos que hablan de ruralidad pueden ser potenciados por el uso de esta herramienta?**

Sí, todo proyecto que tu hagas va a estar potencializado por lo transmedia, cualquier cosa puede ser transmediable, cualquier acto comunicativo y cualquier hecho de la realidad en la que tú estés tiene potencial para ser contada de forma transmedia. Entonces si son historias rurales, urbanas, transnacionales, cualquier tipo de historia se puede contar de forma transmediática, pero el realizador tiene que ser muy sensible y darse cuenta que puede serlo transmediatizable porque pues todas las historias pueden esperar no todas que tienen potencial para volverse transmedia pero no todas es como las personas hay personas con las que tú interactúas mejor por su forma de ser que conoces y es lo mismo con las historias hay historias que van a facilitar ese hecho. Vamos encontrando que nuestra realidad es potencializada, si es transmediática. Entonces la respuesta es sí, si lo potencia, si lo hace mejor, una cantidad de cosas que son beneficiosas.

**Anexo 2**

**Entrevista de Mario Raigoza director del proyecto Campo Justo**

Esta entrevista se realizó con el fin de tener un acercamiento directo con uno de los directores de las series analizadas y así poder tener mayor claridad en torno al trabajo realizado.

**¿Cómo generar comunidad a través de la web desde la experiencia de Campo Justo?**

Yo soy cineasta y periodista, pero me especialicé en cinematografía en Buenos Aires. Entonces estaba más en el mundo de la publicidad. Pero cuando llegué a Colombia, hace como siete años, me di cuenta de que el campo, las temáticas rurales, se contaban de una forma como muy de lástima, se contaba algo de una forma muy común, peyorativa y sin estética, Yo soy del Eje Cafetero, mi familia es cafetera estoy aquí porque quise adentrarme al mundo agropecuario con una estética diferente como contar otro tipo de historia, este proyecto arranco de un deseo de contar las historias que yo quería contar y ahí entro con la comunidad, cuando empecé a subir contenidos audiovisuales a principalmente Facebook, consumiendo contenidos es que la gente esperaba llegar. Y ahí es donde nos damos cuenta de que el content marketing es muy importante para crear comunidad aquí y los contenidos que sean adecuados para ese público. Para mí fue una gran sorpresa porque estamos hablando de hace siete años que subo contenidos y las personas que empezaron a llegar lentamente y en 7 años hemos logrado construir 50,000 mil seguidores, ahora eso es muy poquito. Si me entiendes si tú lo comparas con una influencer con la que tú quieras te

das cuenta de que son públicos diferentes. Pero mira que es un público muy agradecido, que es el público al que le quieres hablar y teniendo en cuenta que es un tema tan particular y tan específico, pues es muy importante porque es un público que no tiene Internet nos parecía muy interesante, y mira que de ahí arrancó todo en realidad, y desde que nos dimos cuenta de que en realidad los productores agropecuarios o más que todo los hijos de los productores agropecuarios, pero me meto al Target si les interesa ese contenido, el que ha conectado con redes sociales y que querían otra clase de contenidos que eso es importante. Nos dimos cuenta de que los medios, Y ahí creo que nos cuenta que los productores agropecuarios no están en Instagram. No están en YouTube que están es en Facebook. Entonces, digamos que la estrategia es la que hemos llevado a esta plataforma.

### **¿Porque un seriado web?**

Yo creo que una comunidad se construye con contenidos constantes. Creo que la gran lucha que hemos tenido en estos años es de donde sacamos la plata para hacer los contenidos y el dinero para hacer las historias, yo creo que ahí va a haber otra pregunta llegado a esto y es como financiar los contenidos y cómo ha sido la historia que en realidad ha sido muy accidentado todo para para bien, porque hemos tenido, digamos, vamos creando estrategias de acuerdo a cada momento histórico y cómo nos va respondiendo la gente, por ejemplo, los primeros vídeos, los viejos, viejos, viejos, qué no se ni siquiera donde están los hicimos con nuestro dinero, o sea, con mi dinero. sin ningún interés comercial, Ósea, con dinero. Pero entonces mira que me di cuenta una cosa y ahí donde yo creo que va el modelo de negocio. Me di cuenta, yo apenas empecé a subir contenidos, por ejemplo, subir a un video de cacao y me llegaba, me empezaron llamar de empresas de cacao y me decía yo vi un video de campo justo un bonito de cacao. Me gustaría hacer eso mismo, pero para mí marca. Entonces lo que hacíamos, era seguíamos subiendo contenidos por nuestra parte como para enganchar a ciertos clientes comerciales para hacer sus contenidos comerciales y así hemos sobrevivido, digamos, durante todos estos años. Por eso mucho, mucho. Yo creo que un 80% es lo que hemos hecho, no está en nuestras plataformas, porque son para clientes.

¡Luego dijimos no que pereza pues! Pues porque muchas veces los clientes comerciales decían no, yo voy a contar la historia, pero los contenidos están en mi plataforma y también mi página web entonces quiere que los contenidos estén en su página web. Algunos nos decían bueno, si no hay problema publíquenlo en sus redes sociales, pero eh, la mayoría no. Entonces dijimos ¿cómo alimentamos pues esta comunidad?, ¿cómo hacemos? entonces hace como tres o cuatro años?

dijimos lo siguiente, nos dimos cuenta de una cosa y es que yo no sé, yo no sabía nada del campo y yo vengo del mundo de la publicidad de tanta fincas y fincas. y de tanto recorrer el país, pues me recorrido casi todo Colombia y la gente me decía lo siguiente Oye, ¿cómo hago para cultivar mejor yuca? ¿Cómo hago para cultivar mejor papá? ¿Como hago?... y yo decía, ¿pero cómo así esta gente no sabe cultivar? otra cosa de crear una comunidad, que me parece crucial es escuchar a la comunidad porque cuando escuchas a la comunidad ellos te dicen qué quieren y eso es muy poderoso porque, bueno, en cuanto tu emprendes te dicen mucho listo hagamos un estudio de mercado, pero si el mismo público te está diciendo que quiere, pues es mejor, y lo otro, lo otro de tener comunidad, es que la misma comunidad me decía por redes sociales oye, mira, yo quiero aprender cómo cultivo mejor el plátano, entonces hace por ahí tres años nomás nació la idea de crear Agrotips, los tips agropecuarios sí, pero entonces dijimos bueno, ¿cómo lo patrocinamos? Porque esto es muy complicado, hacer un viaje que es sabes que es muy caro, pero te cuento que hacer un viaje es muy caro, si los equipos son muy caros, todo es muy caro, tú lo sabes, entonces dijimos ¿cómo hacemos un tip agrícola? Porque la gente necesita aprender tips de cómo cultivar mejor, tal vez sepan cultivar, pero no saben cultivar bien, tú te das cuenta con las estadísticas, ¿entonces corrobore con estadísticas y puedes creer que Colombia es uno de los países de la región que es menos productivo? ósea es increíble, Prácticamente producimos por la mitad de lo que produce Ecuador, por ejemplo, por la mitad y teniendo tierras, tierras iguales o casi más fértiles, entonces ¿porque es esto?, por falta de conocimiento, pero desafortunadamente y buscado las estadísticas del Ministerio de Agricultura, nos damos cuenta que el 90% de los productores agropecuarios han manifestado que no han recibido ningún conocimiento en asistencia técnica por parte de las entidades que debieran hacerlo el 90, una cosa garrafal por eso es que siembran como les ha dicho su papá, siembran como el abuelo, pero no han involucrado tecnología, no han involucrado todos los avances científicos del campo, entonces ahí vimos en ese problema una oportunidad para crear Agrotips.

**¿Cómo han logrado mantener esta audiencia a pesar de que las temáticas rurales no son tan populares?**

Pues mira en un principio pues la evolución, en un principio dirigíamos el contenido para la gente de la ciudad y por eso si vos te vas muy, muy atrás, muy atrás, pues en la página web te encontrarás que lo que queríamos era rendirle homenaje al campesino, más creo que se llamaba en el momento “Historias de héroes y de lo que comemos” que era ver al agricultor como un héroe,

pero era dirigido a la gente de la ciudad, pero nos dimos cuenta en realidad que nuestro público no era la gente de la ciudad eran las personas del campo. ¿Ahí fue una transformación radical y porque qué pasa? Hay cambios tú la temática, si nuestro público, era la gente de la ciudad ¿qué le interesa a la gente de la ciudad? ¿es como decir bueno, como de donde viene lo que comen? pero, pues en realidad al consumidor no le interesa nada de eso, tal vez hay algunos casos aislados que, si quiere comer orgánico, que, si quiere comer justo, pero el grueso de la gente no pagaría más por ejemplo, por un café justo no lo haría y no le interesa, entonces dijimos no, nuestro público no es la gente de la ciudad, nuestro público es la gente del campo, entonces lo que hicimos fue dejamos de pretender llegarle a un millón de personas y lleguémosle a los 50 mil que necesitamos llegar, pues cambiamos la temática y ya, ya hace unos años nos dirigimos a la gente del campo, y a la gente del campo hay que hablarle de lo que necesita y lo que necesita, es contenidos de cómo cultivar mejor que son los tips agrícolas, pues ahora las temáticas son de conocimiento que le queda al productor agropecuario pero entonces ahí cambio de temática tal vez lo tengas en las preguntas y es la financiación, que es crucial, si es que hace tres años, cuando arrancó el concepto de tips que se llamaba agrotips, fue tanto que registramos la marca y todo que nos pareció un gran concepto en ese momento, aun sin saber si va a funcionar o no. Y es que con “Agrotips- Campo Justo” lo que queremos es llevar conocimiento, pero entonces dijimos ¿cómo hacemos los viajes posibles? y les llegamos a las marcas comerciales, obvio, las marcas como sea quieren estar ahí y como el productor agropecuario consume de todo, consume y fertilizante, herbicidas, fungicidas, tractores, de todo lo que tú quieras, Bueno, en realidad es una economía grande, ¿pero qué pasa?, hicimos varios experimentos y obvio las marcas quieren estar allí, pero prácticamente nos forzaban a decir que lo mejor para el campo es el producto de ellos, y eso pierde credibilidad y pierde credibilidad entre productor agropecuario, pierde objetividad y pierde de todo. Pues dijimos que no, que en realidad ya no queríamos vincular marcas comerciales por ninguna manera y todo este proyecto quedo y justo llego la pandemia y el proyecto quedo así, y dijimos mejor no hagamos nada porque no sería honesto, pues hacerlo de esa manera, hasta que arranco la pandemia y nos presentamos a unas becas del Ministerio de Cultura y nos ganamos las becas, entonces ahora estamos haciendo un proyecto que es en lo que estamos ahora, y es cómo crear una plataforma digital que es agrotips.co que saldrá en un mes al aire y vamos a hacer un experimento, si vamos a ver qué funciona junto con el ministro de Cultura y economía naranja y es lo que le interesa al Ministerio de Economía naranja es que el proyecto sea sostenible y para que sea sostenible tiene que ser un

modelo de negocio, entonces vamos a crear un modelo de suscripción, vamos a ver si funciona, vamos a ver si funciona, Por eso vamos a crear. Estamos creando contenidos técnicos muy especializados, en realidad con contenidos dirigidos a un ingeniero agropecuario o un agrónomo a un veterinario o productor especializado, pero así vamos a reducir mucho, mucho, mucho más el target, tal vez a mil seguidores, entonces mira dejamos un millón, dejamos de perseguir un millón de personas que no teníamos obvio, pero hablando hipotéticamente dejamos que se perseguir a un millón para centrarnos en 50mil y ahora estamos dejando ir 50mil para enfocarnos únicamente en mil, entonces lo que queremos lograr una gran cantidad de subscriptores que hagan sostenible el proyecto para no tener que vincular a ninguna marca comercial y en estos meses de grabar el proyecto llevamos cuatro meses grabando y desarrollándolo, nos hemos dado cuenta de que lo que en realidad del sector agropecuario está muy rayado con las marcas comerciales porque sienten que las marcas los explotan y sienten que me quieren vender los productos que tal vez no necesitan y lo que nos estamos enfocando es mucho a producción limpia, entonces mira que en lo que estamos ahorita es compartir conocimiento reales que nos hemos dado cuenta, por ejemplo, de productores que tiene una plaga, que un productor que tiene una plaga y logró quitar la plaga, pero imagínate que hay tres mil productores más que tienen esa plaga, y están perdiendo plata porque no saben controlar la plaga. Cuando uno de esos tres mil se dio cuenta que usando esto natural logra resolver el problema, Entonces la idea es compartir cómo resolver este problema para que otros puedan cultivar mejor y ese es el resumen.

**Entrevistadora:** Muchísimas gracias, Mauricio me resolviste un montón de preguntas, me encanta también la evolución y el enfoque del proyecto hacia la educación del campo y que surge este proyecto que deje un legado tan importante en ese aspecto.

**Mauricio Raigoza:** Claro y la utilidad del proyecto como tal, estamos hablando en realidad de que si tú pierdes la cosecha pierdes la hipoteca de la finca ósea te quedas en la calle, y una cosa es conocimiento que debería dárselo las instituciones encargadas, no voy a decir cuales, entonces es increíble cuando un productor está produciendo por una hectárea, por ejemplo, hipotéticamente 2000 toneladas, por ejemplo, invirtiendo 5 millones, hablando hipotéticamente, si un agricultor tiene una hectárea de algún producto y está cosechando 2 mil toneladas, invirtiendo 5 millones de pesos, cuando con un conocimiento que puede acceder fácilmente a él, puede cultivar no 2 si no puede cultivar 5 toneladas a \$ 2.500.000 ahí, ahí es donde se vuelve rentable el campo, estas invirtiendo menos plata y estas obteniendo el doble del producto, entonces mira, y todo es con el

poder del conocimiento y una cosa crucial de poder las tecnologías porque todo va de la mano de las tecnologías porque hace 7 años era una locura decir “que el campo está conectado”, pero después de 7 años y más con la pandemia, las políticas públicas van encaminadas a fortalecer la digitalización del campo o al menos de centros puntuales como veredas, colegios, escuelas rurales, centros de salud porque cuando tú vas al campo, tú te das cuenta de que la gente que no le importa bajar kilómetros para tener acceso a internet o a colegios gratis, porque es importante para comprar insumos, para saber cuánto pago por producto, entonces entiendes ya está cambiando la dinámica y hay una cosa muy crucial que también lo obtuvimos de nuestro estudio y es que el último censo del DANE el poblacional grande del año pasado, dijo que el campo se cambió por completo la dinámica poblacional, entonces, ¿qué quiere decir esto? y es que solamente el 60% de las personas que trabajan en las fincas no viven en las fincas, viven en los pueblos, el 60, es mucho, ¿Qué quiere decir eso? que los nuevos trabajadores del campo son personas que madrugan a las 4 de mañana, se van en su bicicleta o en su moto, su transporte o lo que sea, trabajan en las fincas y en la tarde se devuelven, lo que pasa en el pueblo, si tiene Internet, entonces el nuevo público rural agropecuario de Colombia tiene cada vez más internet, y tú vas a una finca y prácticamente ya te encuentras que todo tiene un celular con datos, pues se volvió un instrumento crucial para la vida de todo el mundo ya hasta en el campo, si tú tienes acceso a datos, a internet con datos tienes acceso a agrotips.

**¿Ustedes generan algún tipo de ganancia con las redes sociales o plataformas como YouTube?**

No, no, nunca lo vimos así lo de ganar dinero con YouTube o estas plataformas lo que ha funcionado del proyecto y estas plataformas es que era un lugar para mostrar nuestro trabajo y nos sosteníamos de trabajos comerciales. Entonces lo que hicimos fue crear la única productora audiovisual del país especializada en contenidos agropecuarios, creo que somos la única, pues privada, hay programas de televisión, pero no son una productora. Por eso el 80% de su trabajo lo tienen son los clientes no nosotros, hemos hecho series audiovisuales para muchas empresas, entidades, ministerios y demás, pero como te digo, los contenidos se los quedan ellos, entonces, la forma en que te pueden dar dinero es haciendo trabajos para otros y Campo Justo nos ayudó fue como para crear una reputación de que sabemos hacerlo, de que nos gusta porque en realidad es un proyecto de vida, ósea yo me quedaré haciendo contenidos del campo siempre, aunque también me llaman para hacer contenido de otras cosas, pero ya casi no me gusta hacerlo, me especialice mucho

en esto, pero pues ahorita con este proyecto de agrotips.co es el buscar la forma de no depender de nadie, de ningún gobierno, de ir empresas privadas, aquí no aceptamos ninguna empresa privada y ese es como nuestro lema de esta forma somos honestos para poder hacer los contenidos necesitamos de la misma ayuda del productor agropecuario que pague una suscripción por el contenido, vamos a ver si funciona, lo que tampoco tenemos estudios y demás, pero pues hasta que no se lance el proyecto no sabemos si funcionara, en diciembre te lo comento.

**¿En cuanto a la difusión en redes sociales, tienen algún equipo o encargado de este departamento?**

Lo hemos tenido en su momento, en la productora comercial entonces por ejemplo, teníamos un community manager de la empresa y él se encargaba de mover las redes en momentos puntuales, porque por ejemplo, a veces nos quedamos 7 años intentando cosas, entonces, por ejemplo, en digital nada está hecho y en digital en campo mucho menos, mucho menos, entonces hemos estado experimentando en momentos puntuales nos creamos, Por ejemplo una iniciativa, por ejemplo hacíamos una mini campaña, pues en esos momentos puntuales y contratábamos al nuestro community de la empresa para que se encargara de las campañas, pero en momentos puntuales, pero también tengo que ser honesto, ya que el proyecto ha sido muy intermitente y ha tenido, por ejemplo, veces en las que no hemos podido subir nada porque no logramos hacer contenido, porque que estamos trabajando para otros, lo importante de eso ahora es que con la beca del ministerio tenemos unos contenidos iniciales, pero pues es muy poco presupuesto, tú sabes que hacer un contenido millones, con viajes y con todo y entonces es muy caro, pero entonces, al menos yo, como Mauricio, me comprometo a hacer contenidos todo este año con mi plata para ver si funciona para hacer contenidos cada semana, periódicos, dos semanales o dos cada 15 días y también vamos a ver la periodicidad, porque también grabando nos damos cuenta de que los tips son otro mundo muy diferente, entonces aún estamos aflojando tuercas aquí, endureciendo allí, pero yo me comprometo a hacer contenidos hasta diciembre para que esto funcione en redes, la gente tiene que ver cada ocho días un video, para que diga “uy! aquí está pasando algo interesante, voy a subscribirme a la web”, entonces vamos a ver qué pasa.

### **Anexo 3**

#### **Entrevista Sebastián Patino Productor cuentos de viejo.**

Esta entrevista se realizó al Productor general temporada 4 y asistente de producción de toda la serie de cuentos de viejos con el fin de tener un acercamiento directo con una persona importante del equipo de cuentos de viejos la serie se tiene como referente principal.

#### **¿Cómo obtuvieron todas las historias para crear cuatro temporadas?**

Inicialmente, fue un experimento que se realizó a partir de la segunda temporada, pero Cuentos de viejos nace a partir de las Experiencias de los directores, ellos vivieron mucho tiempo en Barcelona y trabajaron en la universidad, allá conocieron mucho gente y encontraron a Isabel que es la protagonista del capítulo piloto de cuentos de viejos, se pusieron a hablar con ella y ella les contó la historia que ella vivió en la guerra, ella vivía en un pueblo y básicamente un soldado cayó en su pueblo y lo iban linchar, ahí ellos dijeron que esto aguanta mucho para un proyecto de animación, ahí empezaron a buscar historias, la primera temporada son historias buscadas por ellos mismos, también contrataron una investigadora para que se sentara a buscar las historias de diversas partes de Iberoamérica, y salió muy bien, pero ya en la segunda temporada quisieron ampliar un poco más el espectro y dijeron que chimba historias que nos traiga la gente de sus abuelos, de ahí nació la web, cuentos de viejo.com, ahí se hacen las convocatorias cuando se va a sacar una temporada nueva, se les pide que envíen las historias de sus abuelos, porque no hay nada más chévere que sentarse a escuchar historias del pasado, entonces eso es básicamente lo que quisieron hacer.

Tenemos los dos modelos, recibimos historias por internet y tenemos a alguien en campo realizando esas investigaciones.

#### **Pudimos notar que su movimiento en redes es muy poco, ¿cuál es la razón por la que no utilizan sus redes sociales?**

Realmente es porque somos una empresa muy pequeña y no tenemos suficiente gente para hacer eso, la verdad, como que ahora si tú de das cuenta nuestros proyectos de series arranca, terminan e iniciamos otro inmediatamente, dejamos un poco olvidados nuestros proyectos anteriores porque la cantidad de gente que trabaja con nosotros, pues la metemos a trabajar en otra cosa. Igualmente, la plataforma sigue abierta y seguirán llegando cosas que en su momento miraremos, pero digamos que así es nuestro proceso general de trabajo.

#### **¿Cómo lograr una alianza de coproducción con señal Colombia?**



Primero, realizamos el piloto, ya con el piloto llegamos al mercado de coproducción que manejan ellos, básicamente es un mercado que ellos abren de manera anual, pero no sé si este año por los temas de la pandemia, pero ellos abren los espacios, para series, largometrajes, ellos son muy específicos en lo que están buscando, pero si les interesa algún proyecto, ellos financian algún porcentaje, no se financia al 100%, porque la propiedad intelectual siempre tiene que esta compartida con los coproductores, ellos financian hasta un 70%, Eso significa que ellos son dueños del porcentaje que ellos financian, esto es un proceso de casi ocho meses, en que uno participa, manda un montón de papeles, luego pasa a otra etapa con pitch y si al final uno los convence, ellos de una te financian el proyecto y va de una a la pantalla de Señal Colombia.

**¿Cómo les afectó el tener un contenido en Señal Colombia, tanto en la televisión como en sus portales web?**

Esto fue muy bueno, porque no es fácil encontrar un contenido así, creo que este tipo de canales son los únicos con un contenido así, seamos honestos, ahí si ni modo de pensar en los canales privados, sólo la televisión pública está dispuesta a apostarle a un proyecto así, y obviamente en lo que hace que seamos un poco reconocidos, la gente aún sigue viendo televisión pública, y la gente ya está mutando a la plataforma, por eso también ya está en la plataforma de RTVC play e igual eso mueve mucho a la gente a nuestra página web, que ahí es nuestro proyecto transmedia.

**¿Lograron recuperar lo invertido y actualmente obtiene ganancias por la serie?**

Digamos que la ganancia es que la gente nos reconozca básicamente, no pues hay que ser honestos, digamos la ganancia en últimas es poder hacer el proyecto y que la gente lo vea, digamos, si viene dinero más adelante pues super bien, pero siendo honestos es muy complicado recuperar dinero con un proyecto así, digamos que va para televisión que ya de entrada elimina todo tema de publicidad, si ha habido retornos en algunos festivales, si ha habido ventas a otros canales, pero digamos que si tu comparas el costo total del proyecto versus lo que se te devuelve por festivales o ventas, es muy difícil si quiera recuperar lo que tu invertiste. Eso es así con este tipo de proyectos y básicamente con el 80% de la producción cinematográfica colombiana, por eso se sigue trabajando e intentando conciliar una industria para cambiar este tipo de modelos de financiación estatal, pero es muy difícil si la gente no consume este tipo de pocos y los canales privados campo se interesan en comprar estos; en conclusión, ha habido algo de retorno, pero no una recuperación de la inversión como tal.