

NARRATIVAS AUDIOVISUALES Y TECNOLOGÍAS INTERACTIVAS¹

Cristiana Freitas²

Cosette Castro³

RESUMEN

Este artículo discute la incidencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) en la estructura narrativa de los programas audiovisuales, a partir del impacto de los medios digitales en la percepción y el comportamiento de las audiencias frente a las nuevas posibilidades de interacción. El texto estudia la narrativa no lineal del lenguaje utilizado en los medios digitales y la producción de contenidos audiovisuales interactivos que permiten una mayor participación de la audiencia en la televisión digital, en la Internet mediada por el ordenador y en los teléfonos móviles.

Palabras Clave: Narrativa Audiovisual, Convergencia de Medios Digitales, Televisión Digital, Audiencias y Participación

AUDIOVISUAL NARRATIVES AND INTERACTIVE TECHNOLOGIES

ABSTRACT

This article discusses the implications of new information and communication technologies (ICT), in the narrative structure of audiovisual programs by analyzing the impact of digital media on the perception and behavior of audiences towards new interaction possibilities. The text examines the non-linear narrative of the language used in digital media, with the purpose of designing formats for interactive audiovisual contents that permit audiences a larger participation in digital television, on the Internet (computer-mediated communication) and in mobile phones.

Keywords: Audiovisual Narrative, Digital Media Convergence, Digital Television, Audiences and Participation.

Introducción

El avance de la comunicación en plataformas digitales como Internet mediada por el ordenador y los teléfonos móviles, junto a la introducción de la televisión digital en la Región, abre la posibilidad de una interacción más grande de la audiencia con el contenido de los programas audiovisuales. Eso ocurre, en el caso de la televisión digital interactiva, principalmente por la incorporación de canales de retroalimentación y del desarrollo del *middleware Ginga*¹, que permite el uso de aplicaciones interactivas en sistemas de televisión abiertos y gratuitos.

En este contexto, los investigadores de la comunicación comenzaron a interesarse en esos cambios tecnológicos, así como los productores y los artistas empezaron a idear nuevas formas de producción audiovisual digital. Desde el campo de la producción, los nuevos temas de interés remiten a la estructura de las narrativas para las múltiples plataformas tecnológicas o para la multiprogramación, las características de secuencia de comandos para un programa interactivo y la planificación de una producción para la televisión digital interactiva. También son áreas de interés los medios de comunicación digitales convergentes, como es el caso de la televisión digital interactiva, los celulares, los computadores mediados por Internet y también los videojuegos en red. Desde el punto de vista de la recepción, los estudios actuales apuntan a la apropiación de los nuevos medios digitales por las audiencias, remiten a las posibilidades de su uso interactivo, a las posibilidades de creación colectiva de contenidos audiovisuales digitales - que ya no están restringidos al poder de las empresas - así como las posibilidades de visibilidad que las nuevas plataformas tecnológicas permiten a la gente.

Este artículo estudia las cuestiones teóricas que apuntan a la construcción de una narrativa digital interactiva para las múltiples plataformas tecnológicas, a partir de las características de las narrativas de un programa audiovisual *lineal* y las directrices para la estructuración de un programa *no lineal* para medios interactivos digitales, como los ya citados anteriormente. Para comprender los aspectos de la creación y producción de contenidos para TVDi, nombre que designa la televisión digital interactiva, fue realizada una revisión bibliográfica sobre los temas de la narrativa, las estructuras de plan interactivo de trabajo, las

múltiples plataformas y contenidos multimedia, con el apoyo, entre otros, de los trabajos de Lorenzo Vilchez (2003) y Janet Murray (2003).

Con el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), la convergencia de medios y la interactividad, un nuevo elemento entra en el proceso de comunicación, representado por el ámbito del retorno interactivo y la construcción del mensaje (Barbosa Filho y Castro, 2008: 92). Así, el proceso de la comunicación - entendida como la relación entre el emisor y el receptor para la transmisión de un mensaje - es modificado por el cambio de los medios de comunicación digitales, con la posibilidad para el receptor de producir y emitir sus propios contenidos audiovisuales digitales. Según Castro (2008), la relación deja de ser unilateral para tornarse bidireccional y dialógica.

Para entender este cambio, es necesario retroceder en el tiempo. En el decurso del desarrollo del audiovisual es posible observar que cada avance técnico corresponde a nuevas posibilidades de construcción de contenidos, que ahora aparecen en el lenguaje del entorno audiovisual. Fue lo que sucedió cuando la televisión analógica apareció y se apropió del lenguaje y los formatos del cine y la radio para construir su propio lenguaje audiovisual. Un proceso similar se observa con el desarrollo de los medios digitales, donde el relato utilizado por los nuevos medios de comunicación incorpora elementos del lenguaje de otros medios y formas de expresión, como la televisión analógica, la radio, el teatro y el cine, entre otros.

El ordenador, mediado por la Internet, también contribuyó a estos cambios. Como señala Janet Murray (2007: 236) “la capacidad de almacenamiento y organización compleja del computador puede ser utilizada como apoyo de un universo narrativo denso y exigente”. Por lo tanto, la televisión analógica - aquella que la mayoría de la gente tiene en casa - utilizada con los recursos de una caja de retorno (*set top box*), permite moverse en el mundo narrativo abriendo espacio para que las personas participen de la programación a partir del uso del control remoto.

Vivimos así en un tiempo en que la teoría y la práctica de los nuevos medios digitales, caminan juntas. Es un tiempo de experimentar nuevos

lenguajes y formatos audiovisuales. La posibilidad de mezclar lo audiovisual con estructuras hipertextuales para obtener una narrativa interactiva, se basa en el concepto de Leone y Mourão (1987: 15), quienes sostienen que:

Si con el tiempo, el cine ha consolidado sus posibilidades narrativas originales; la televisión, el vídeo y el multimedia han absorbido estos conocimientos y hacen uso de ellos para crear nuevas oportunidades y metodologías en la construcción de los discursos audiovisuales y de los discursos en hipertexto. Todos los medios de comunicación, bajo el manto de la edición, acabanse encontrando en las estructuras de la dramatización, pues el trabajo de articulación produce el discurso con sus tiempos y sus espacios.

El paso del mundo analógico al digital, no cambia la relación del hombre con los relatos. Con el avance de los medios digitales, tenemos la oportunidad de desarrollar contenidos con múltiples relatos, con historias paralelas interactivas y relacionadas entre sí. Un relato que el hombre occidental busca desde hace tiempo en la elaboración de la mirada sobre sí mismo, en la construcción de una visión personalizada de la historia.

Contar una historia

Una historia surge de una narración, de un evento real o imaginario, oral o textual, que es actualizado por la mente del oyente o lector y traspuesto a un ambiente de representación. Desde tiempos antiguos, desde los registros en cuevas hasta la estructura de la narración en el teatro griego, el hombre cuenta historias.

Compartimos historias para comunicarnos, transmitir cultura, valores y conocimientos; y eso viene ocurriendo de generación en generación. Ya sea mediante una canción de cuna o una película, todos somos contadores de historias. Historias con principio, medio y fin. Historias de carácter lineal y secuencial que, generalmente, suelen tener una introducción, un desarrollo, conflictos, la solución de estos conflictos y

la búsqueda del final feliz. Hace tiempo, sin embargo, que los artistas y cuentistas están tratando de subvertir el orden narrativo al contar una historia, intentando crear un ambiente de inmersión y de participación en la búsqueda de la interacción de los sentidos y apropiación de la representación de la realidad por el público.

En *Roteiro para Novas Mídias: do Cinema às Mídias Interativas* Vicente Gosciola (2003) ofrece una retrospectiva de las experiencias de integración de los sentidos en la narrativa no lineal ² – aquella que permite la lectura abierta de una historia - en todas las artes, sobretudo en el cine. Los ejemplos en la literatura se remontan a la obra *Sator palíndromo-Arepe*, de 79 D.C, que permite múltiples lecturas de la misma frase. Luego vinieron los libros ilustrados. En 1478, en Francia, los lectores lograron conocer textos e imágenes juntos en un mismo libro; en 1897 Stéfane Mallarmé presenta *Un coup de dés*, una obra de lectura abierta, sin orden de secuencia en las páginas. En el siglo XX, el libro *Rayuela* de Julio Cortázar (1963), permite a los lectores iniciar la obra desde varios lugares y es considerado el primer trabajo impreso con características hipertextuales.

La poesía concreta, que se inició en 1956 en Brasil, propuso formas de trabajar visualmente y estimular lecturas innovadoras de un poema. En 1961, el *Cent mille milliards de poèmes*, de Raymond Queneau, presenta una combinatoria de diez sonetos que permiten centenas de lecturas diferentes. Lo mismo ocurre con el *Diccionario Khazar*, 1989, de Milorad Pávitch. En el teatro, László Moholy-Nagy, de la escuela Bauhaus, trabajó de modo integrado la pintura, fotografía, cine, teatro y escultura con la aplicación de medios mecánicos en 1924. En la música Richard Wagner creó el concepto de arte total, en 1849. Del mismo modo, en la fotografía o el cine expresionista, los artistas ejercieron la narrativa no-lineal y buscaban motivar a la interacción entre el trabajo y el público (Gosciola, 2008: 39-55).

Además de presentar la versión del autor y permitir una interpretación particular de la historia como los relatos tradicionales, estos ensayos (con el lenguaje y los medios de expresión) proporcionan al público la oportunidad de manipular el objeto, en un montaje personal de la historia. Aunque no eran presentadas con principio-medio-fin, sino en una secuencia de relaciones causales, siempre había un momento de la

presentación, del conflicto y de la resolución de los conflictos presentados. Y había, claramente, un autor, un mensaje transmitido, percibido y construido mentalmente por las audiencias que no siempre reflejan la propuesta inicial del artista.

Vivimos de contar historias

Los eventos a partir de los cuales contamos historias son los mismos para todos, independientemente del momento histórico, de las diferencias culturales o del avance tecnológico (Murray, 2007). En *Twenty Master Plots (and how to build them)*, Ronald Tobias (1993) clasifica 20 enredos maestros, o *plots*, operados por la literatura, a partir de los cuales se puede desarrollar cualquier narración cautivante. Son ellos: búsqueda/desafío, aventura, persecución, rescate, evacuación, venganza, adivinanza, rivalidad, injusticia, tentación, metamorfosis, transformación, madurez, amor, amor prohibido, sacrificio, descubrimiento, villanía extrema, ascensión y decadencia/caída.

Las historias son las historias de siempre, son relatos universales, pero la manera de contarlas cambia según el medio de transmisión (Castro, 2002). Una narración es posterior al evento y puede ser transcrita por las palabras, por los sistemas sonoros y visuales, por la literatura, por el teatro, por el cine, por la televisión, por los móviles, por los ordenadores, por los videojuegos y mucho más. En las varias versiones de una historia, los elementos clave que caracterizan la narración - como el contexto, las tramas o *plots*, personajes y relaciones - permanecen. Las formas narrativas, sin embargo, cambian con la evolución de los medios de comunicación y expresión y el uso que hacemos de las nuevas tecnologías (Murray, 2007). En ese sentido, al ser utilizados a partir de plataformas tecnológicas, los conceptos de género y formato narrativo utilizados tradicionalmente³ no son suficientes para cubrir la diversidad de la organización de los discursos, que se tornan complejos cuando son analizados en el contexto de los medios digitales interactivos.

Los estudios de las narrativas interactivas se remontan a Umberto Eco (1962), Marshall McLuhan (1969), Pierre Levy (1993) y Jean Baudrillard (1991), entre otros. En los medios de comunicación que tienen la posibilidad del uso de la interactividad, merece la pena observar

la tendencia de algunos investigadores a explicar los nuevos medios de comunicación como una extensión de un medio preexistente. Ellos se centran en las oportunidades que ofrece el uso de Internet mediado por el ordenador y los videojuegos: Brenda Laurel (1991) lo hizo con el drama; Janet Murray (1997), con la literatura; y Lev Manovich (2001), con un enfoque basado en los estudios de películas.

Un nuevo medio, para establecerse, tiene que apropiarse de una serie de convenciones, de las costumbres y del lenguaje, de los recursos estéticos y formales de los anteriores, como fue el caso de la televisión analógica y más recientemente la televisión digital. En la década del cincuenta del siglo XX, la televisión analógica comenzó a construir su propio lenguaje para géneros, narrativas y formatos a partir de aquellos practicados en la radio, el teatro y el cine, cambiando y reestructurando esos géneros y formatos narrativos para adecuarlos a la televisión. No es posible comprender los cambios en la televisión si no tenemos en cuenta los progresos en el campo analógico, como el uso del videotape, el pasaje del televisor en blanco y negro al color, el uso del control remoto, por ejemplo, hasta llegar los medios de comunicación digitales, donde la red de internet permite la conexión interactiva con teléfonos celulares, videojuegos, la televisión digital o los ordenadores.

Hasta hace poco tiempo, solamente era posible mirar un programa audiovisual en el cine o en la televisión. Con la digitalización de los medios de comunicación y la convergencia entre ellos, el acceso a los contenidos audiovisuales digitales se puede hacer a través de diversas plataformas digitales y de forma interactiva, como los DVDs, los videojuegos, el ordenador mediado por internet y por teléfonos móviles. Esta interactividad depende de las sensaciones despertadas por el contenido y las posibilidades de manipulación del objeto ofertado al público, proporcionados por el lenguaje y por el soporte utilizado como medio de expresión. Un DVD, por ejemplo, ofrece baja interactividad a los públicos; por otro lado, los videojuegos en red, los teléfonos móviles, el ordenador mediado por Internet y la televisión digital interactiva, logran ofrecer niveles de participación más interesantes para las audiencias.

Nuevos comportamientos

Acabó el tiempo en que el teléfono fijo era la única oportunidad de las personas para hablar a distancia con sus amigos y parientes. Hoy, los móviles permiten la interacción constante y a bajo costo para jóvenes y adultos a través de los mensajes de texto o las llamadas, así como ha permitido la individualización de los aparatos. Si caminamos por la calle, gran parte de la gente está hablando por los móviles y la conversación es compartida entre las personas que están cerca de aquél que habla por su pequeño aparato. La migración del mundo analógico para el digital y el uso de las nuevas tecnologías, han transformado el comportamiento de las personas. También han cambiado la forma de la gente mirar el mundo y relacionarse con los medios de comunicación y los contenidos audiovisuales digitales.

El ambiente digital ofrece a las audiencias la oportunidad de diálogo, de producir y distribuir sus propios contenidos audiovisuales a través de Internet, así como permite a la gente interactuar con el medio de comunicación y los mensajes (léase contenidos digitales). Ahora bien, la realidad no es algo construido y ofrecido a las audiencias. Esas mismas audiencias pueden contribuir en la construcción de esa realidad (Scolari, 2009). Así, el lenguaje audiovisual se impone en la medida en que la narración es ejercida por el público, de acuerdo con los medios de comunicación y los niveles de interactividad que ofrece.

El avance de las TIC influye en el lenguaje audiovisual digital, donde los diversos géneros y formatos se mezclan. Ya no nos limitamos a hablar acerca de la película de un autor o un programa de televisión, sino de un contenido audiovisual que hace posible asociar los datos y dialogar con el receptor, y que está disponible en diferentes medios de comunicación, muchas veces al mismo tiempo (conectado a Internet desde el ordenador al mismo tiempo que se mira la tele y se recibe una llamada a través del móvil). Para Lorenzo Vilches (2003: 252), los cambios en el ámbito de lo audiovisual abren espacio a nuevas estructuras narrativas, puesto que cambian “la forma y el contenido de los objetos que producimos o recibimos”. Denis Porto Renó (2007), a su vez, sostiene que el uso combinado de distintos soportes de comunicación por la narrativa

audiovisual digital permite vislumbrar el surgimiento de nuevas formas de representación y producción.

Pero no todos los investigadores están de acuerdo con este punto de vista. Hay desacuerdo sobre la magnitud del impacto de las nuevas plataformas en la estructura narrativa del audiovisual. Damasceno Ferreira (2001) ha afirmado que los distintos medios pueden traer diferentes percepciones de los productos audiovisuales, pero no cambian la esencia, la estructura del lenguaje que los constituye. La cuestión central que plantean estos investigadores es si hay una tendencia de desarrollo de un nuevo lenguaje o si simplemente estamos frente a nuevos recursos técnicos.

Esta diversidad de opiniones es ejemplificada por Maria Dora Mourão (2001), agrupada de acuerdo con tres puntos de vista, en su investigación *Algunas reflexiones sobre cine, audiovisual y las nuevas formas de representación*, realizada entre cineastas:

1. No hay ningún cambio de lenguaje - las nuevas tecnologías son herramientas que amplían la libertad de creación, ofrecen más opciones formales y técnicas, pero en general nada de eso determina cambios dramáticos. Esta es la opinión de directores como el estadounidense Bill Sandel y Peter Hyam (2001). Sin embargo, debe tenerse en cuenta en este análisis que los EE.UU. no usan recursos interactivos en el modelo de televisión digital que han adoptado.

2. No hay cambio en el lenguaje – lo que hay es una reorganización de las partes del discurso, de lo que se construye una nueva jerarquía, es decir, una nueva retórica. Para directores como los brasileños Andrea Tonacci y Arthur Omar, aparte del francés Jean Paul Fargier y del inglés Pummell Simon (2001), la película y el vídeo, así como otros medios de expresión, se constituyen como lenguajes desde sus especificidades, con estructuras lineales por su propia configuración. Incluso con el uso de efectos, con el objetivo de la transformación del espacio y la ruptura temporal, el contenido es trabajado dentro de un contexto lineal, ya que el vídeo y el cine no permiten la injerencia de las audiencias. Para ellos, el CD-ROM (DVD-ROM) es visto como la única estructura narrativa

sujeta a crear interactividad y, por tanto, sería el ejemplo del resultado de la transición que se operó a partir de la convergencia de lenguajes, pero hay que observar que esos comentarios ocurren en 2001 cuando la televisión digital, los móviles y los videojuegos en red daban sus primeros pasos.

3. El uso de los medios electrónicos puede permitir la aparición de un nuevo lenguaje, que se añadiría a los ya existentes. Para el italiano Gianni Toti, el cineasta británico Peter Greenaway y el polaco Zbigniew Rybczynski (2001), los nuevos medios de comunicación y las nuevas tecnologías plantean cuestiones que van más allá de la preocupación por el concepto de narrativa, y conducen a una nueva estética de las artes, por la idea de múltiples pantallas y creación de imágenes convincentes que producen sensaciones. Para ellos, “las nuevas herramientas son capaces de ampliar fronteras, introduciendo la posibilidad de liberarnos de la noción de narrativa y explosionando la linealidad temporal mediante la manipulación del espacio” (Mourão, 2001: 50-52).

Sin embargo, no solamente los modos de producción cambian con la entrada de los medios digitales convergentes. Cambia también la mirada de los distintos públicos frente a los medios de comunicación digitales, a partir de la posibilidad de salir de la condición de receptor y convertirse en un productor de contenidos audiovisuales digitales (Castro, 2008: 19).

Quien cuenta un cuento aumenta un punto ⁴

La posibilidad de la audiencia de producir y distribuir su propio contenido, interactuar con un mensaje y con distintos interlocutores, compartir ambientes de colaboración y, finalmente, colaborar en la construcción colectiva del conocimiento, rompe con el paradigma de la comunicación como la transmisión de un mensaje del remitente al receptor, y genera una nueva cadena de producción creativa. Esa cadena incluye la posibilidad de diálogo entre el campo de la producción y el de la recepción, pues las audiencias pueden participar mirando contenidos interactivos o incluso produciendo contenidos audiovisuales.

Las audiencias, más allá de oír, mirar y tomar posesión de una obra a través de distintas interpretaciones y experiencias, adquieren un nuevo status participativo, donde ellas pueden manifestarse, producir y ser contestadas por una o muchas otras personas. En esta relación, el mensaje se mantiene en construcción permanente; y los públicos, frente a las narrativas mediáticas digitales, tienen la oportunidad de participar como sujetos de la acción. La audiencia se apropia de elementos del lenguaje de los nuevos medios para desarrollar su propia narrativa, construyendo juntos un mensaje de acuerdo a su repertorio.

La televisión analógica ha acostumbrado a los públicos a relacionarse con la programación a través de una pantalla pequeña, sujeta a interferencias del ambiente y permitiendo la selección de la programación a través del *zapping*. Para ajustarse a este ambiente donde las audiencias encuentran espacios de fuga de los contenidos audiovisuales analógicos que no les interesaban, la estructura narrativa de la televisión también se torna fragmentada, haciendo que las personas vayan adquiriendo una mirada discontinua y, por tanto, dispersiva. Así, las audiencias se acostumbran a mirar varios programas al mismo tiempo, lo que determina un cambio en su capacidad de percepción. Según Arlindo Machado (2005: 29), “con la amenaza permanente del control a distancia, ya no se cuentan más historias secuenciales, se despedazan las distinciones de género y formato, no hay ni siquiera la distinción ontológica entre realidad y ficción”.

En la narrativa audiovisual *lineal*, producida para la televisión analógica, la manipulación del espacio y el tiempo puede ocurrir a partir de distintos factores. Eso ocurre por medio de movimientos de cámara, en los ángulos elegidos, en las sonoridades y recortes reunidos por una edición repleta de recursos como *flash backs*, división de la pantalla, historias secundarias, mezcla de imágenes reales y virtuales.

En los medios de comunicación digitales, estos elementos pueden servir como punto de partida desde los *links* o enlaces para la inmersión en la historia, dando a los públicos la posibilidad de gestión de la narrativa, cuando se puede “mover por el mundo narrativo y romper la idea lineal del tiempo, pasando de una perspectiva a otra por su propia iniciativa, construyendo una interpretación personal de la historia”

(Murray, 2003: 237). Así, el vínculo entre una escena y otra termina siendo construido en la mente del público, que asume el papel de la cámara y del editor, vinculando la acción a través de *enlaces* que ofrecen diferentes caminos.

Los públicos que tienen acceso a programas audiovisuales multimedia son diferenciados, más dispersivos, tienen una relación *no lineal* con la imagen. Están acostumbrados a una actitud más activa, determinada por el contacto con otros medios de comunicación tales como la Internet mediada por ordenador, teléfonos móviles o videojuegos en red. La información, para ellos, sigue un flujo fragmentado, dividido.

Para Janet Murray (2003: 236), “un medio no-lineal es capaz de representar el proceso simultáneo que se produce en el cerebro, permitiendo que el público conozca una historia más allá de la continuidad convencional, ofreciendo la opción entre los hechos y los personajes, secuenciándolos de una manera particular”. Su estudio se centra en las narraciones de los videojuegos y de la Internet utilizada a través de ordenadores, donde la navegación ayuda a fortalecer la capacidad de razonamiento en “multicamadas”, donde las ventanas de información o *enlaces* se abrirán según sea necesario y pueden ser utilizados simultáneamente. En el mismo trabajo, Murray describe cuatro propiedades esenciales del entorno digital (Murray, 2003: 101-126):

1. Procedimentales: se refieren a la programación informática, asociada al arte y la inteligencia artificial (IA), proporcionando nuevas formas narrativas. La autoría de procedimiento es un relato en los medios digitales, especificando no sólo los acontecimientos de la trama, sino también anticipando las acciones de la audiencia y las reglas bajo las cuales ocurren los eventos.

2. Participativos: ocurren cuando existe la posibilidad de que el participante interactúe con la narración en el entorno digital, realice acciones significativas, determine la secuencia de los acontecimientos y vea los resultados de las decisiones y elecciones, resuelva problemas y hable con otros jugadores o PNJs (*personajes no jugadores*); es decir, se refiere a la capacidad de agencia.

3. Espaciales: proporcionadas por los medios digitales al permitir la creación de espacios navegables, como los ambientes de juegos y enlaces de hipertexto, donde el participante escoge el camino a seguir.

4. Enciclopédicos: ambientes digitales que aprovechan la capacidad de almacenamiento que los ordenadores tienen, permitiendo que las informaciones sean almacenadas en diferentes formas: textos, imágenes, vídeos, sonidos, etc.

Según Murray, al vivenciar narrativas en entornos virtuales nosotros logramos experimentar tres principios estéticos comunes, que pueden apoyar la creación de aplicaciones para la televisión digital interactiva: “inmersión”, “agencia” y “transformación” (Murray, 2003: 150-177).

La capacidad de *inmersión* se asocia con la sensación de estar presente en otro lugar e involucrado en una acción en aquel lugar. Y para Murray, cualquier narrativa excitante puede ser experimentada como una realidad virtual, en el sentido de que bloquea y abstrae del mundo circundante. Al permitir la *agencia*, una narración termina siendo transportada a una estructura narrativa que se puede encontrar en los videojuegos, que tienen códigos y reglas claras. Cuando se transfiere una narrativa al ordenador, ella se inserta en una zona ya determinada por la estructura de los videojuegos.

El principio de la *agencia* implica la sensación de hacer algo que tiene resultado inmediato y relevante; situación que el tiempo de respuesta de una acción virtual proporciona, pero es insuficiente para llevar a cabo una secuencia en el modelo de producción de la televisión. La *transformación* es la posibilidad de cambiar la forma de presentar la información que los medios digitales permiten. Para Murray, “todo en formato digital - palabras, números, animaciones, imágenes - se convierte en más plástico, más susceptible de cambio” (Murray, 2003:152).

Al tratar la narrativa para los computadores y para los videojuegos, el investigador Espen Aarseth (2004) afirma que la estructura oculta detrás de la mayoría de los videojuegos no es la narración sino la simulación. Para el autor, las narrativas son una revisión de los eventos primarios - representados por la vida, los eventos en directo o los

videojuegos que ocurren en tiempo real – y, por lo tanto, se producen *a posteriori* a los acontecimientos principales:

La simulación es un modo alternativo del discurso, y se produce de abajo hacia arriba (bottom-up) y emergente, mientras que las historias son de arriba a abajo (top-down) y pre-planeadas. En las simulaciones el conocimiento y la experiencia son creados por las acciones y estrategias del jugador, y no recreados por un escritor o un cineasta. (: 52).

Tanto los videojuegos como las narrativas de los medios, dependen de los medios. La narrativa audiovisual puede variar según el soporte, pero su lenguaje se fusiona en los medios. Para João Ranhel (2005) las narrativas *no lineales* son objeto de un nuevo campo de estudio y conocimiento, pues “este nuevo campo de la actividad interactiva no encaja en el área de conocimiento tradicionalmente ocupada por la dramaturgia, por la literatura o el cine, o aún por la crítica literaria” (Ranhel, 2005: 66).

La televisión interactiva (TVi) presenta una naturaleza *lineal* heredada de la televisión analógica y otra *no lineal* procedente de la unión de la TV con la Internet (Schwalb, 2004), además de estar sujeta a las influencias de otros medios digitales, como teléfonos celulares y videojuegos en red. Existen en la televisión interactiva posibilidades de navegación *no lineal* en ciertos tipos de servicios, tales como los hipermedia⁵. Es sobre la interfaz de la TV que se añade una capa interactiva que permite a las audiencias participar de forma activa en el proceso de comunicación. Existe también la posibilidad de usar narrativas múltiples abiertas o con estructuras participativas, en las cuales las narraciones surgen de la participación colectiva, en una comunicación bidireccional o multidireccional ⁶.

La narrativa interactiva para TVDi también surge de un conflicto, de una acción dramática central que despierta el interés del espectador. Sin embargo, según Vilches (2003), ese interés no se centra ni en la

acción, ni en la trama con un conflicto central, tampoco en la relación principio-medio-fin, sino en las estructuras mentales:

Las obras no lineales (...) apuntan a la sustitución de piezas o de secuencias de la continuidad narrativa, a fin de presentarnos un mosaico, que nos devuelve el tiempo y el espacio en una sola unidad (: 33).

La convergencia y la interoperabilidad entre los medios también hacen posible “concebir el mismo contenido audiovisual para diferentes plataformas como internet mediada por computador, teléfono móvil y televisión digital, en separado o para estos diferentes medios de forma simultánea (Barbosa Filho y Castro, 2008: 89), explorando los recursos y los lenguajes de cada uno, en narrativas híbridas y paralelas, de acuerdo a la diversidad de las audiencias”. En este caso, el lenguaje audiovisual digital se mantiene, pero se ve influenciado por los medios en que será transmitido, pues el contenido tiene que ser adaptado al medio digital que está siendo utilizado.

Los medios digitales presentan recursos, usos y lenguajes propios, que deben ser respetados en el desarrollo de los contenidos, desde las tallas de las pantallas a las diferencias entre los medios de comunicación colectivos o individuales o los medios fijos y portátiles. De acuerdo con Vilches (2003:244), “cada medio tiene criterios propios de pertinencia y para semantizar sus lenguajes; a su vez, cada lenguaje depende de un soporte específico para expresarse”. En otras palabras, en lugar de simplemente transferir un programa originalmente formateado para televisión, para la interfaz de Internet mediada por el ordenador o para la pantalla del teléfono móvil, la explotación de los recursos, estéticas, temporalidades y lenguajes de cada plataforma y la complementariedad de contenidos, puede abrir posibilidades narrativas que atan a las audiencias a la historia y, por lo tanto, al remitente/productor, donde quiera que él se encuentre.

Las características de los medios, antes de limitar, amplían las posibilidades narrativas y permiten explotar diferentes lenguajes, géneros

y formatos. En lugar de solamente asistir a un programa audiovisual, las audiencias podrán usar la interactividad a través de un canal de retorno, elegir qué caminos un personaje debe seguir. También podrán acceder a enlaces con contenidos adicionales (de sonidos, informaciones sobre el autor, de otras obras, de contexto, etc.) sugeridos por la narrativa digital, construyéndose así sub-narrativas dentro de esa misma narrativa. Esto significa que las audiencias tienen la posibilidad de elegir su propio montaje de la narrativa a partir de las ofertas del campo de la producción, en una (re)interpretación personal de la historia.

Los medios de comunicación digitales podrían ser utilizados como soporte para una comunicación integrada de contenidos audiovisuales, disponibles en la TVi, en la web mediada por ordenador (IPTV), teléfono móvil y otros medios de comunicación, aprovechando los recursos interactivos de acuerdo con las características del lenguaje de cada medio. Así, situaciones interactivas que no se pueden resolver dentro del tiempo narrativo de las series y del ritmo impuesto sobre ellas en la televisión podrían recibir un tratamiento más detallado en la página web del ordenador, en el videogame en red o a través de movisodios ⁷.

Un buen ejemplo de un programa para la televisión digital interactiva, internet y teléfono móvil es la serie *Els Diaris de Pascal*, producción de TV3 - CCRTV Interactiva (s.f.), la TV pública de Cataluña, en España. Además de la narrativa lineal y una cierta interactividad en la televisión digital, el público puede tener acceso al mundo virtual de este *docu-drama* ⁸ de carácter histórico desde la televisión digital o del computador conectado a internet. En el sitio del programa se encuentran todos los programas exhibidos, se pueden seleccionar segmentos de los programas, crear un *blog*, un diario personal o incluir registros fotográficos u otros documentos históricos que complementan al programa, entre otras actividades interactivas.

Otro ejemplo interesante es la película *Matrix* (1999), que generó una serie de producciones transmediáticas ⁹. Ese cruce de medios digitales fue compuesto de contenidos audiovisuales de series de televisión y de animación para web, vídeos de colaboración y desarrollo de otros personajes para videojuegos, algunos con mucho más profundidad que los presentados en la película.

La explotación del potencial narrativo de los medios digitales, donde los ambientes virtuales funcionan como extensiones del mundo de ficción, también ocurre con el documental emitido por televisión. Los dos permiten la combinación y experimentación de varios lenguajes y formatos, así como la hibridación de los géneros narrativos, abriendo nuevas posibilidades para la comunicación entre aquellos que producen contenidos audiovisuales digitales y las audiencias.

En un guión interactivo, la historia puede surgir de una idea – que no constituye necesariamente el comienzo de la trama - y disfrutar de la libre manifestación de la audiencia. El autor, en este caso, sería como el director de la trama, pues podría actuar como un mediador entre las distintas posibilidades narrativas ofertadas inicialmente desde el campo de la producción e incrementadas con las sugerencias de los *interautores*¹⁰. En este sentido, los entornos participativos tienden a fusionarse con los ambientes autorales. Por más que la estructura narrativa dirija los caminos posibles, la audiencia va a poder construir su propia historia, en una obra abierta en proceso permanente, pues “el objeto se organiza y materializa por el uso que de ella hacemos” (Murray, 2003:201).

Vale recordar que el autor tiene ante sí audiencias diversificadas, por eso en el decurso de este artículo utilizamos la palabra audiencia en plural. En un guión interactivo de un *híper seriado*¹¹, por ejemplo, el autor tendría que escribir para tres tipos de público. Según Murray, (2003:239-240), esos tres tipos son:

1. Una audiencia cautiva en tiempo real, que desea suspenso y satisfacción en cada episodio;
2. Una audiencia más reflexiva de largo plazo, que busca patrones coherentes en la historia como un todo;
3. Un tercer tipo de público es aquel que navega y gusta de seguir las conexiones entre las diferentes partes de la historia y descubrir múltiples organizaciones de un mismo evento componiendo una multiplicidad narrativa donde la historia puede ser mirada desde varios puntos de vista.

En ese contexto de producción y distribución de lo audiovisual, la tendencia de la narrativa para TVi sería entornos de ficción, con historias-juegos donde la audiencia puede ejercer la autoría de los sub-enredos, como los capitanes de los *Role Playing Games* (RPG); tal como lo refiere Murray (2003):

La forma de historia digital que ha de surgir contendrá muchos formatos y estilos diferentes, pero será, esencialmente, una entidad única e inconfundible. No será un “esto” o “aquello” interactivo, sin embargo mucho se puede extraer de la tradición, sino una reinención del propio acto de contar historias para el nuevo medio digital (236).

De ese modo, el lenguaje del audiovisual digital se construye junto con la evolución de los medios de comunicación y el uso que las audiencias hacen de ellos cuando interactúan con los recursos proporcionados por esos medios. Ya no se trata más de hacer películas, videos, videojuegos o televisión: es el audiovisual que se está construyendo y reconstruyendo en los medios digitales al apoderarse de los nuevos lenguajes. Sin embargo, el audiovisual sigue en su tarea de contar historias a la gente, independientemente del soporte tecnológico, mezclando ahora géneros y formatos narrativos digitales que permiten la participación de las audiencias.

Consideraciones finales

En este artículo hemos visto cómo las nuevas tecnologías y los usos que de ella hacemos permiten ampliar el universo narrativo y desarrollar nuevas formas de contar historias a partir de la producción audiovisual digital. Así, el campo de la producción busca la construcción de un lenguaje multimedia digital e interactivo.

Vimos también cómo los medios de comunicación digital han afectado el oír y la conducta de las audiencias que, a partir de los

recursos tecnológicos interactivos, pasan a participar e interferir en el desarrollo de la narrativa audiovisual. De este modo, las audiencias migran a un nuevo nivel de relacionamiento con los medios digitales y, en consecuencia, con los contenidos audiovisuales. Así, más que recibir informaciones, logran construir e intercambiar conocimiento.

En el poco tiempo que convivimos con las tecnologías digitales, hemos observado que las necesidades y formas de apropiación de los medios de comunicación - y sus aplicaciones interactivas – por las audiencias, es lo que logra determinar la eficacia y permanencia de una determinada tecnología o lenguaje. Estos cambios permiten identificar nuevas posibilidades estéticas, formales y semióticas, con la creciente hibridación de géneros y multiformatos narrativos. Específicamente en la producción de contenidos audiovisuales para la televisión digital interactiva, observamos la tendencia a la incorporación de elementos de los lenguajes de todas las artes en la TVI. Esto responde a la búsqueda de la construcción y definición de su lenguaje, a partir de los recursos tecnológicos disponibles y del interés de las audiencias.

El desarrollo de las TIC, la convergencia e integración de los medios digitales, y la existencia de un canal de retorno para la televisión digital, permiten crear y experimentar contenidos audiovisuales interactivos de manera complementaria y simultánea en multiplataforma. En este contexto, es necesario estudiar el medio digital y su objeto, además de las plataformas en las cuales sea posible acceder a los contenidos audiovisuales. El embalaje de ese contenido audiovisual, representado por el soporte tecnológico y por el design interactivo, puede imponer condiciones para la apropiación de ese contenido; es decir, de la manera cómo serán percibidos y recibidos por las audiencias. Por lo tanto, en el contexto de los nuevos medios de comunicación, la estructura narrativa de un contenido audiovisual puede y debe ser diseñada para la interacción en múltiples plataformas, destinadas a audiencias diversificadas.

Lo cierto es que hay mucho trabajo y estudios por hacer. Otras historias serán contadas utilizando las estructuras formales y narrativas digitales interactivas para satisfacer audiencias cada día más exigentes y participativas.

(Footnotes)

¹ Trabajo presentado en el Grupo de Investigación de Contenidos Digitales y Convergencia Tecnológica, en el XXXII Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación, realizado en Brasil en 2009.

² **Cristiana Freitas** realiza estudios de Maestría en Televisión Digital: Información y el Conocimiento FAAC-UNESP, Brasil. Correo electrónico: cristianafreitas@ymail.com .

³ **Cosette Castro** es Doctora en Comunicación por UAB/ES. Docente en la Maestría en TV Digital: Información y del Conocimiento-FAAC-UNESP/Bauru-SP. Consultora de IBICT. Investigadora CNPq/Brasil. Correo electrónico: cosettecastro@hotmail.com .

NOTAS

¹ Giga es un *middleware* brasileño, desarrollado por los laboratorios Telemídia (PUC-RJ) y Lavid (UFPA), que permiten que la TV reciba contenidos digitales interactivos y que el telespectador interactúe con los contenidos presentados, en diferentes niveles, desde el aparato televisivo fijo en su casa o desde la televisión digital móvil, desde cualquier lugar.

² No lineal en el sentido dado por Gosciola como “acceso directo a cualquier contenido o parte del trabajo, en la navegación abierta, sin que el usuario pierda el disfrute continuado del trabajo” (Gosciola, 2008: 99).

³ Basándose en los géneros literarios como novelas, poemas, comedias o dramas, y dispuestas en los formatos de la programación de televisión como telenovelas, series o programas de telejornalísticos. Pero hoy los géneros están cada vez más mezclados, sus fronteras son cada vez más efímeras confundiendo ficción y realidad. Sobre los géneros, hay un interesante trabajo de Nora Mazziotti que trata de los transgéneros (1997).

⁴ Dicho popular brasileño.

⁵ El estudio de los hipermedia trata del proceso de interacción del usuario con el ambiente audiovisual.

⁶ En la comunicación bidireccional la comunicación se realiza en ambas direcciones, desde el emisor hasta el receptor, con algún nivel de interactividad. La comunicación multidireccional se produce de uno a muchos y tiene un alto nivel de interactividad. En ella el receptor puede comunicarse con el medio y con otros espectadores, estableciendo una comunicación horizontal.

⁷ El nombre resulta de la unión de las palabras *móvil* y *episodio* para especificar los contenidos narrativos digitales desarrollados para móviles con duración entre 1 y 2 minutos. Son los *spin-offs* de las series. Actualmente es posible encontrar en EEUU materiales de ese tipo de las series 24 Horas, Prison Break, Lost, todas accesibles a través de la operadora Versión.

⁸ Formato híbrido que combina el drama y el documental.

⁹ Según concepto creado por Henry Jenkins (2008), una narrativa transmediática se desarrolla a través de múltiples soportes mediáticos, con cada nuevo texto contribuyendo de modo distinto y valioso para el conjunto. En la forma ideal de narrativa transmediática, cada medio hace lo que hace mejor - de modo que una historia puede ser introducida en una película, ser expandida por televisión, romances e historias pictóricas, su universo puede ser explorado en videojuegos o experimentado como atracción de un parque de diversión, de modo autónomo (Jenkins, 2008: 135).

¹⁰ Concepto adoptado por Murray (2003) para calificar la acción de los participantes en el proceso de comunicación en hipervídeo, de acuerdo con reglas que permiten su actuación en la narrativa. Lo interesante en ese concepto es que, aunque originalmente haya sido planteado para los ordenadores, puede ser aplicado a las distintas plataformas tecnológicas que utilizan Internet.

¹¹ Caracterizado por Murray como una multiplicidad narrativa, de una historia que puede ser vista desde varios puntos de vista en diferentes medios. Para ella, un hiper seriado es una integración entre un archivo digital y una serie de TV, y representa una etapa de transición de la TV asociada a la Internet a la TV digital interactiva (Murray, 2003: 237).

REFERENCIAS

Aarseth, E. J. (2004). Genre Trouble: Narrativism and the Art of Simulation. En *First Person: New Media as Story, Performance and Game*. Cambridge: MIT Press.

Barbosa Filho, A. y Castro, C. (2008). *Comunicação digital – Educação, tecnologia e novos comportamentos*. São Paulo: Paulinas.

Barbosa Filho, A., Castro, C. y Tome, T. (2005). *Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social*. São Paulo: Paulinas.

Castro, C. (2002, Noviembre). La Hibridización em El Formato y Pautas para El Analisis de Gran Hermano. En *Revista ZER – Estudos de Comunicação – Nº 13*.

Castro, C. (2008). *Las Industrias de Contenidos en América Latina*. Estudio realizado en el ámbito da Sociedade da Informação para la Comisión Económica para América Latina e Caribe (CEPAL)/ UNESCO/Chile. Disponible: http://www.eclac.cl/socinfo/noticias/noticias/2/32222/GdT_eLAC_meta_13.pdf [Consulta: 2008, Septiembre 12].

Gerbase. Porto Alegre, agosto de 2000. En *Digitalidade e narrativa audiovisual: uma relação complexa*. Porto Alegre/RS, Revista FAMECOS, Nº 14.

Gosciola, V. (2008). *Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas* (2ª Ed.). São Paulo: SENAC.

- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Leone, E. y Mourão, M. D. (1987). *Cinema e Montagem*. São Paulo: Ática.
- Machado, A. (2005). *A televisão levada a sério* (4ª Edição). São Paulo: SENAC.
- Murray, J. (2003). *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no Ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural-UNESP.
- Mourão, M. D. (2001, Diciembre). *Algumas reflexões sobre cinema, o audiovisual e as novas formas de representação*. Sessões do Imaginário, Porto Alegre, Nº 7, FAMECOS/PUCRS.
- Ranhel, J. (2005). *TV Digital Interativa e Hipermissão: Jogos e Narrativas Interativas na TV*. Dissertação de Maestria. PUC-SP. Disponível: <http://csgames.incubadora.fapesp.br/portal/Members/jranhel/TV%20Digital,%20jogos%20e%20narrativas%20interativas%20na%20TV%20-%20Joao%20Ranhel.pdf> [Consulta: 2009, Mayo 26].
- Renó, D. P. (2007). *Narrativa audiovisual: uma possibilidade de interatividade na Internet*. UEMSP, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29.08 a 2.09 de 2007. Disponível: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0183-1.pdf> [Consulta: 2008, Diciembre 5].
- Scolari, C. A. (2009). Ecologia de la Televisión: Complejidad Narrativa, Simulación y Transmedialidad en la Televisión Contemporánea. En Sebastião Squirra e Yvana Fachine (orgs.), *Televisão Digital: Desafios para a comunicação – Compós*. Porto Alegre: Sulina.
- Schwalb, E. M. (2004). *iTV Handbook: Technologies and Standards*. Upper Saddle River: Prentice Hall.

Narrativas Audiovisuales y Tecnologías Interactivas.
Cristiana Freitas / Cosette Castro

Tobias, R. B. (1993). *Twenty Master Plots (and how to build them)*.
Cincinnati, OH: Writer's Digest Books.

Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Loyola.

TV3 - CCRTV Interativa (s.f.). *Els Diaris de Pascal* – Programa
interactivo da, Catalunha/Espanha. Disponible: [http://
elsdiarisdepascal.tv3.cat/](http://elsdiarisdepascal.tv3.cat/) [Consulta: 2009, Febrero 20].